En ésta sección:

- 1.1. Introducción
- 1.2. Un Capítulo en el Movimiento Zeitgeist
- 1.3. Siendo realistas con las expectativas
- 1.4. Punto focal en un Capítulo

1.1. Introducción

El propósito de esta guía es asistir y facilitar la creación y desarrollo de cualquier tipo de Capítulo dentro del Movimiento Zeitgeist. Sin limitarse a ello, los temas incluyen: organización de grupos centrales; organización de eventos y proyectos locales; estructuración de medios de comunicación; cómo lidiar con el "ruido" en el Capítulo, etc.

Antes de leer este documento y crear un capítulo, es muy recomendable leer o ver la Guía de Orientación del Movimiento Zeitgeist (que se encuentra en www.thezeitgeistmovement.com), para poder comprender todo el tren de pensamiento del Movimiento, así como los puntos principales acerca del Modelo Económico Basado en Recursos (MEBR) global, que apoyamos.

Una conclusión lógica central del Movimiento, como se deriva de la evidencia empírica con respecto a la sostenibilidad económica y ambiental, y los aspectos socioculturales, es que con el fin de avanzar hacia un futuro sostenible, pacífico y feliz en este planeta, el sistema monetario debe ser reemplazado. Esto es debido a que es inherente e irremediablemente defectuoso así como es responsable, ya sea directa o indirectamente, de una gran proporción de la destrucción en el mundo. El hecho de enfocarnos en educar al mundo acerca de que el sistema monetario milenario es ya obsoleto, es por lo que el Movimiento Zeitgeist está, en efecto, de pie en el umbral de la historia. La manifestación del Movimiento a nivel de la comunidad local, como el punto más visible para las masas, es la red global de capítulos locales a nivel mundial. Por lo tanto, al comenzar y construir un capítulo local, de conformidad con los principios y formas de entendimiento del Movimiento, estás, personalmente, contribuyendo a esta historia en desarrollo, de forma muy positiva.

Al igual que en la mayoría de los documentos, dentro de éste, es necesario el uso de términos muy básicos, pero potencialmente polarizante como "nosotros", "de nosotros", "ellos", "de ellos" y sus derivados, en el contexto de largas frases. A pesar de que ese fraseo es natural para hacer distinciones y se presta adecuadamente para llegar al material en discusión, es fundamental entender que realmente no hay un "nosotros

contra ellos" dentro del Movimiento Zeitgeist. Es todo "nos", a nivel mundial, ya que todos somos, al final, un solo pueblo compartiendo este único y frágil planeta. Esta tiene que ser tu forma de pensar cuando actúas como activista del Movimiento.

A diferencia de la mayoría de movimientos y organizaciones de hoy en día, que operan de acuerdo a un sistema jerárquico, “nuestro” propósito toma forma alrededor de un tren de pensamiento, que es un cuerpo de ideas que “nosotros” colectivamente acordamos apoyar, y esperamos que otros eventualmente lo hagan también. Esto le permite al Movimiento no tener líderes y ser holográfico en naturaleza, operando sobre la base de contribuciones voluntarias y el consenso. Tanto el concepto como el papel de "líder", pasan a ser redundantes cuando los grupos comparten la responsabilidad de completar las tareas, la toma de decisiones y el logro de resultados.

Por lo tanto, independientemente de la trayectoria de educación y conciencia que te trajo hasta aquí, cualquier persona que se vuelve consciente de, y aboga por el tren pensamiento definido, se convierte inmediatamente en un representante natural del Movimiento, hasta el punto en el que ellos decidan involucrarse. Desde allí, solo basta un pequeño paso de motivación para empezar a educar a otros, iniciar un Capítulo, y contribuir con el Movimiento. Naturalmente, se recomienda que tantas personas como sea posible, den un paso al frente para representar estas ideas, a fin de alcanzar una masa crítica consciente en las comunidades alrededor del mundo, tan pronto como sea posible.

1.2. Un Capítulo en el Movimiento Zeitgeist

El Movimiento Zeitgeist tiene una estructura organizada establecida, emergida de la necesidad, en capítulos que facilitan el activismo colectivo, así como el flujo de información de una manera organizada, en relación con una amplia gama de miembros en todo el mundo.

Definición

Un capítulo es definido como un grupo auto-motivado de miembros activos del Movimiento Zeitgeist en una región particular, que funciona y sirve como una fiel representación del Movimiento en su respectiva región.

Función

La función de un capítulo es crear y sostener un ambiente orientado al trabajo desde el cual se pueda realizar activismo conforme con los entendimientos apoyados por el Movimiento. También es parte de la estructura global de capítulos para propósitos de información y activismo de mayores proporciones.

Niveles de Capítulos

a) Administración de Capítulos - Compuesto por coordinadores internacionales
b) Capítulos Nacionales - Organizados por países (Ej: Portugal, Colombia, Nueva Zelanda)
c) Capítulos Regionales - Es el siguiente nivel debajo del nacional, conforme al contexto específico de un país dado, por ejemplo: región / distrito / estado / provincia
d) Capítulos Urbanos - Nivel bajo el regional, de acuerdo al contexto específico de un Estado o Provincia, por ejemplo - ciudad / suburbio / campus universitario

Esta designación de Capítulos y las diferencias entre ellos serán explorados en detalle, más adelante en este documento.

1.3. Siendo reales con las expectativas

Como un movimiento de voluntarios, la participación activista proviene de personas que obtienen satisfacción al contribuir con su tiempo, habilidades y recursos personales con el objeto de favorecer la dirección del Movimiento. Si una persona no obtiene algún tipo de satisfacción por su participación, rápidamente se fundirá y seguirá adelante en busca de algo que le sea más satisfactorio. Dado que el nivel de decepción o satisfacción que experimenta un activista está en gran medida afectado por la comparación interna de lo que realmente ocurre, con sus expectativas preconcebidas, es importante volverse consciente de las expectativas personales relativas a tres áreas en particular que pueden requerir ajustes que permitan un mayor margen de satisfacción. Las tres áreas son: lo que esperas acerca de la transición hacia un Modelo Económico Basado en Recursos (MEBR), lo que esperas del Movimiento Zeitgeist en conjunto, y lo que esperas de tu rol como coordinador de capítulo.

Qué esperar de la transición hacia un MEBR

El Movimiento reconoce que para que se cree y mantenga un nuevo sistema sostenible a nivel global, nosotros, como civilización, necesitamos tener la comprensión de la nueva serie de valores necesarios para su sostenimiento y un deseo genuino de participar en ella. Esta comprensión y deseo necesitan ser cultivados, creando una masa crítica consciente, esencialmente un cambio de paradigma global, que es la parte más importante de “como” traer un modelo de EBR a la existencia. Estamos haciendo lo mejor para lograr este cambio de paradigma, introduciendo a otros en estas ideas y educándolos acerca de los beneficios que trae un MEBR versus nuestro actual sistema monetario. A pesar de que, por supuesto, deseamos que esto suceda tan pronto como sea posible, y creemos que mientras más personas se sumen a nuestro esfuerzo activista, habrá más oportunidades para acelerar nuestro progreso, uno rápidamente encuentra que este entusiasmo se pone a prueba diariamente de frente a las implacables barreras de la

ignorancia y las supersticiones perpetuadas por el actual zeitgeist. También existen factores mayores que están más allá de nuestro control: el despilfarro y explotación de los recursos naturales, desastres naturales, guerras y otros conflictos alrededor del mundo, gobiernos y control mediático, etc. Así, es posible que un MEBR esté fuera del alcance de lo que se producirá en el transcurso de una vida. Las personas que crecen como activistas en el largo plazo son aquellos que le dan valor a la simple participación en crear la posibilidad de que ocurra un MEBR en algún momento en el futuro. En otras palabras, hay una recompensa placentera que se deriva del acto de crear conciencia, que no depende de un resultado inmediato o un beneficio directo. Para ver los cambios que deseamos debemos representarlos, como nos urge Gandhi: "Debes ser el cambio que quieres ver en el mundo", independientemente de si viviremos para verlos o no. Cualquier voluntario que actúe con interés personal e inmediato, rápidamente se desilusionará con el ritmo del cambio.

Qué esperar del Movimiento

Todos provenimos de experiencias distintas con organizaciones con o sin fines de lucro, organizaciones políticas, corporaciones, grupos comunitarios, tal vez una combinación de estos, o quizá ninguno de ellos. Es por esto que la gente trae consigo todo tipo de expectativas basadas en su participación en anteriores organizaciones. Algunas de estas expectativas pueden implementarse dentro de nuestro modelo y otras no. Ayuda el entender primero como nuestra estructura difiere de otras entidades. Primero que todo, no somos una entidad que ocupa un espacio físico particular. No tenemos oficinas o aulas de clase específicamente designados para nuestro trabajo. En esencia, el mundo entero es tanto nuestra aula de clase como nuestra oficina. Somos globales, sin fronteras. El Movimiento Zeitgeist (MZ) no es una entidad formal bajo la definición de ningún gobierno. El MZ se refiere a cientos de miles de activistas voluntarios alrededor del mundo que apoyan activamente la concienciación acerca de la dirección del Movimiento, y de alguna manera, participan en la estructura global de comunicación existente mientras lo hacen. El Movimiento está predefinido como un esfuerzo educativo creado por una red de voluntarios que defienden el alejarse del sistema económico monetario hacia un MEBR usando la ciencia y la tecnología para la administración sostenible de los recursos de la Tierra. Fuera de esto, hemos adoptado un modelo similar al Movimiento de Derechos Civiles y nuestra aproximación no violenta para crear el cambio ha sido inspirado por figuras como Mahatma Gandhi y Martin Luther King Jr. Ambos son ampliamente reconocidos por sus métodos de resistencia no violenta, usados para ganar atención y crear oportunidades para educar a otros acerca de posibilidades nuevas para facilitar un cambio cultural de valores en pro de un cambio positivo.

Las expectativas acerca de la actividad del capítulo dentro del Movimiento deben tomar en cuenta la naturaleza del trabajo hecho de forma voluntaria por individuos motivados intrínsecamente, quienes están añadiendo trabajo a su itinerario, de por sí ya ocupado. Si

en algún momento una persona no puede contribuir su tiempo o trabajo, debido a su familia, salud, traslado, empleo o asuntos personales, se espera que elija no continuar, o al menos pausar, su trabajo voluntario. Las expectativas de un coordinador, por ende, deben permitir ciclos variados de productividad que reflejan una rotación continua de nuevos voluntarios ingresando y algunos voluntarios con experiencia saliendo constantemente. Por esta razón, tratamos de automatizar y estandarizar tanto como sea posible nuestras comunicaciones para que así podamos fácilmente mantener el impulso con los nuevos voluntarios. A pesar de los intentos por facilitar el funcionamiento de los capítulos, se requiere cierto nivel de paciencia y la solución creativa de problemas cuando se trabaja con recursos y voluntarios limitados.

Qué esperar como Coordinador de Capítulo

Las ideas de este Movimiento se muestran como evidentes por sí mismas y, como resultado, quienes las apoyan y hacen voluntariado para convertirse en coordinadores de Capítulo podrían esperar que otras personas muestren el mismo entusiasmo y apoyo por medio de sus acciones, una vez que son expuestos y orientados hacia la información. Desafortunadamente, encontrar voluntarios con el mismo nivel de entendimiento y aceptación, teniendo disponible una discreta cantidad de tiempo para contribuir y que en realidad están dispuestos a dedicar su tiempo libre para contribuir en esta dirección, no es tan fácil. En lugar de frustrarse por el estado de las cosas, ayuda el entender que ésto no se debe a alguna deficiencia de aquellos con quienes tratas, sino debido al diseño social deliberado del zeitgeist mismo, es decir, que la mayoría de nosotros estamos obligados o presionados a vivir en una forma de angustiada y distraída esclavitud asalariada. A medida que nuestro actual sistema económico-social continúa degradándose, la gente está preocupada por su propia supervivencia: para cubrir sus gastos, ser capaces de alimentar a sus familias y cuidar de las necesidades básicas. Además, muchas personas han sufrido toda una vida de condicionamiento para ser trabajador y consumidor, permitiendo que otros tomen las decisiones por ellos en lugar de adoptar prácticas de educación auto-dirigidas y cuestionar las instituciones establecidas. También está el caso de que ciertas diferencias culturales en regiones geográficas, están mejor dispuestas para aprender información nueva y progresiva que otras culturas o regiones, tal vez debido al aumento de los niveles medios de conciencia social o simplemente más tiempo disponible para dedicar al proceso. Con estos entendimientos, es importante no desanimarse, si sientes como que está tomando demasiado tiempo para que otros voluntarios sean parte activa para ayudarte en la planificación y ejecución de eventos y actividades de concienciación. Cada capítulo inicia con al menos una persona que realiza algún tipo de esfuerzo por compartir este conocimiento con los demás. En algunos capítulos ha habido una sola persona difundiendo información hasta por un año antes de que hubiera otros que fueran parte activa para ayudar y el capítulo comenzara a crecer. Lo importante es que estás haciendo un esfuerzo para informar a la gente de dónde se puede encontrar información sobre las

soluciones a los problemas que ellos perciben, si están interesados. Estás sembrando semillas que pueden tardar un tiempo en brotar. A los coordinadores que son auto-dirigidos, auto-motivados y obtienen placer simplemente iniciando nuevas conversaciones donde se encuentren y disfrutan conociendo nuevas personas, les tiende a ir mejor con el tiempo que si consiguen algo ya iniciado.

A veces es tentador querer replicar todos los grandes eventos que otros capítulos están realizando porque deseas un evento de ese tipo para tu comunidad. Sin embargo, es importante reconocer tus límites y planificar eventos en una escala relativa al nivel de interés real del lugar donde te encuentras. Una ruta recomendada es comenzar con pequeñas reuniones en los cafés, bibliotecas públicas o centros comunitarios. Entonces, conforme el capítulo crece y más voluntarios cualificados dan un paso adelante, será posible comenzar a planificar eventos con un alcance más amplio. Es útil reconocer que es mejor hacer planes para un evento de 30 sillas y terminar dejando a algunas personas fuera debido falta de capacidad, que poner una enorme energía y recursos en el alquiler de un lugar de 500 sillas, de alta tecnología para un evento al que sólo asisten 20 personas. Lo más seguro es planificar para que los recursos coincidan con el nivel de interés en la comunidad considerando la capacidad de tu capítulo y luego, incluso si es necesario rechazar gente, esto simplemente puede ser tomado como retroalimentación para el próximo evento para que éste sea un poco más grande o para mantener el mismo evento de nuevo en otro día para dar cabida a más gente. Muchas personas comienzan sólo virtualmente, sosteniendo reuniones periódicas en línea en un canal de Teamspeak antes de conocerse en persona. Sin embargo, es importante que, incluso en las etapas iniciales, los individuos se sientan cómodos haciendo activismo comunitario en las calles cara a cara o en pequeñas reuniones para empezar a conectar con la gente dentro de su comunidad en un nivel inicial.

1.4. Punto focal en un Capítulo

Como capítulo, el punto focal debe ser educar y generar conciencia eficientemente en un área dada. Los capítulos tienen diferentes niveles, y para cada nivel hay un propósito específico. Estos puntos de enfoque son:

- Un Capítulo Nacional debe enfocarse en implementar herramientas centrales y organizar el desarrollo de capítulos regionales, traducciones y en organizar, crear, desarrollar y adaptar contenidos para su región para ser usado por los subcapítulos en el activismo local.

- Un Capítulo Regional debe enfocarse en alivianar la carga del capítulo nacional en cuanto a la expansión de las ciudades regionales mediante el apoyo, guía y promoción directa de este desarrollo. Al inicio, dependiendo del tamaño de la región, un capítulo regional podría semejar la actividad de un capítulo local hasta que crezca lo suficiente

como para dividirse en un número de capítulos más localizados dentro de la misma región.

- Un Capítulo Local debe enfocarse en estar constantemente activo en el área local, típicamente un pueblo, ciudad o campus universitario, mediante la organización de eventos constantes y siempre tratando de ser visibles y difundir el mensaje.

El Movimiento Zeitgeist no es un club. Se trata de una campaña de sensibilización masiva a nivel mundial. El resultado de la creación de un capítulo dentro de la comunidad local, es que trae la actividad del Movimiento al nivel de la comunidad, literalmente se mete en el patio trasero de "las masas". Un número cada vez mas grande de personas ya vieron los documentales Zeitgeist Addendum o Moving Forward y sintieron una conexión con el mensaje que éstos transmiten. Es muy importante entonces, que los capítulos tomen este mensaje de esperanza y lo saquen de Internet y de las pantallas de cine o TV y lo lleven directamente a la gente. Solo así se convierte en un mensaje del que todos pueden participar e involucrarse. Todo el mundo puede sentir la conexión y participar en el nivel que desee.

Otro hecho importante acerca de tu capítulo local es que va a ser un indicador del crecimiento mundial del Movimiento Zeitgeist. Esto es muy importante. A medida que estos capítulos locales se expanden, también lo hará el mensaje y el entusiasmo. En la medida en que la gente alrededor del mundo continúe viendo el crecimiento del movimiento, estará ansiosa por aprender más y además involucrarse con estas ideas. Estos capítulos locales le dan la verdadera fuerza al movimiento, siendo, casi de forma literal, la conexión con las masas. Con el tiempo esta red cada vez mayor de conexiones en todo el mundo culminará en la masa crítica.

Una preocupación típica en este punto suele ser, "Tal vez no estoy en un lugar suficientemente grande para tener un capítulo". Esto es absolutamente falso. Los capítulos son necesarios EN TODAS PARTES. Si vives en un pueblo de 1200 personas (o menos) y te sientes suficientemente informado y motivado por los principios del Movimiento, entonces tienes que comenzar un capítulo. Una vez más, esto demuestra que el Movimiento está en todos lados. Y que la gente EN TODAS PARTES se mueve para tomar acción. No podemos dejar por fuera un solo rincón mientras la gente que vive allí esté motivada para concienciar e instigar el cambio.

Tu trabajo con el capítulo es el de simplemente estar allí. Estar allí como una presencia de la comunidad. Convertido en una parte de tu comunidad. Monta una mesa en una pequeña feria comunal o en un gran festival de música de fin de semana al aire libre y en cualquier otro evento. Esto es lo que hace un capítulo local del Movimiento Zeitgeist.

Siempre mantén en mente que el Movimiento Zeitgeist es una campaña de sensibilización masiva, que trata de presentar al público en general, un mensaje

alternativo al actual sistema. La forma de evaluar si este mensaje está llegando es, en primer lugar, por el número de nuevos capítulos que se forman y en segundo lugar por el número de "miembros" que cada capítulo tiene y el crecimiento de su membresía en el transcurso del tiempo.

- Un Miembro

Es importante aclarar a qué se refiere el término “miembro”. Un miembro del capítulo local es aquel que se ha inscrito en tu capítulo local. Bien sea porque se inscribió en la página web o en la lista de correo electrónico. Si un capítulo tiene 50, 100 o 250 "miembros", estos son simplemente personas que se han inscrito para seguir esta dirección. Es un proceso sumamente simple en el que no hay obstáculos ocultos y los miembros no tienen que pagar ninguna "cuota". Estas personas no necesitan asistir a reuniones o estar en cada acción del capítulo o incluso participar en alguna forma, si no lo desean. Si tu meta es la participación máxima, entonces la realidad muy pronto se tornará en algo desalentador ya que muchos, si no la mayoría de “miembros” jamás participará a este nivel. Sin embargo, puedes estar seguro de que esta mayoría silenciosa de miembros, de hecho, abogan por el Movimiento sin importar qué tan visible pueda ser su contribución. Muchos lo hacen en su propia esfera e interacciones, en sus conversaciones, aunque sólo sea en sus propias mentes, y este es un punto importante de partida para el necesario cambio de consciencia.

Lo realmente importante de estas personas, estos "miembros" o inscritos, es que vieron los documentales Zeitgeist y/o una o más de las tantas conferencias en línea del Movimiento Zeitgeist y se sintieron tan conectados con el mensaje, que "firmaron" y se convirtieron en "miembros". Ese es un ejemplo del éxito del mensaje del Movimiento y estos números de inscritos son nuestros indicador de éxito.

Hay dos grupos principales que componen el capítulo. Tus miembros o inscritos y tu equipo "Base". No te preocupes demasiado por tu número de miembros o inscritos, ya que éste no es tu objetivo principal. Es el equipo "Base" el que se convertirá en la columna vertebral de tu capítulo. En palabras simples, el equipo base es el grupo de de individuos auto-motivados enfocados y dedicados que "lo entienden" y constantemente aparecen en reuniones en el capítulo, eventos, y así sucesivamente. Este es el equipo que hará que el capítulo de la comunidad local cobre vida y su trabajo será convertirse en una presencia muy visible dentro de su comunidad.

¿Cómo se desarrolla un equipo “base”? Bueno, se trata de tí al principio, y se convertirá en un grupo de todos los miembros clave que se unen a tu capítulo y sientan la necesidad de tomar medidas y hacer un fuerte compromiso con la construcción de una presencia en la comunidad. Dichos individuos se mostrarán por sí mismos, no debes necesariamente identificarlos y/o reclutarlos ya que ellos están auto-motivados y se aproximarán a tí. Como regla general ellos son auto-suficientes también (según el tema holográfico

presentado anteriormente), ya están al día y saben instintivamente lo que hay que hacer. Idealmente, un equipo "Base" consta de dos a ocho personas que aportarán su talento y fortalezas al capítulo. En el entendido de que un equipo "Base" no puede ser demasiado grande, ya que pierde su eficacia en cierto punto. La mayoría de los miembros que se unen a su capítulo no participará a este nivel. A nivel medio de participación, siempre hay necesidad de voluntarios para ayudar con ciertos eventos y actividades.

Ahora que ya tienes los fundamentos básicos de cómo un capítulo está constituido y cómo funciona, esta sección concluye revisando la palabra "club". La razón principal para no comportarse como un club o tener miembros de un "club" es simplemente que la conciencia implica un constante crecimiento, mientras que "clubs" y "miembros de club" suben y bajan - "más" es un crecimiento positivo y "menos" es un crecimiento negativo. Si manejas un capítulo con la mentalidad de “club” o de “participación de los miembros” algún día podrías enfrentar un crecimiento “negativo”, con eventos que oscilan entre miembros que ocasionalmente “anulan su suscripción” exclusión voluntaria o, en el peor de los casos, sacudones del capítulo entero. Esto puede llevar a los miembros restantes a sentirse decepcionados y desanimados, y esto no beneficia a nadie.

En esta sección:

- 2.1. Gathering Volunteers & Social Media
- 2.2. Establishing a Website & Tools
- 2.3. Organizando un Equipo Base
- 2.4. Expandiéndose en Capítulos Regionales

2.1. Gathering Volunteers & Social Media

Conseguir voluntarios que ayuden en la creación de cualquier capítulo es un activo importante en la creación de un capítulo fuerte. A nivel nacional, aunque técnicamente sólo una persona está obligada a establecer la estructura de un capítulo nacional, es muy importante obtener toda la ayuda adicional posible.

Con el fin de maximizar las posibilidades de tener a alguien que te ayude inicialmente en la creación del capítulo, un primer paso importante aquí es saber si algo o alguien ya está en marcha, algún tipo de entidad del Movimiento Zeitgeist en tu país. Puedes hacer lo siguiente:

- Pregunta a la administración de capítulos

Asumiendo que aún no lo hayas hecho, envía un correo electrónico a la Administración Global de Capítulos (GCA por sus siglas en inglés) a chapters@thezeitgeistmovement.com y diles que quieres crear un capítulo en tu país. Si alguien ha contactado a la GCA antes que tú, para crear un capítulo en tu país, conseguirás su información de contacto en respuesta, así como otras indicaciones y/o preguntas.

Nota: Conforme sigues todos los pasos y recomendaciones para crear un capítulo nacional, por favor envía actualizaciones frecuentes a chapters@thezeitgeistmovement.com con tu estado actual de desarrollo así como con tus decisiones o los problemas que enfrentas. La GCA tiene a coordinadores experimentados para aconsejarte y guiarte, este es un recurso invaluable.

- Busca cualquier grupo o página dentro de las redes sociales y sitios web

Esto es bastante sencillo, por ejemplo: haz una búsqueda en Facebook con los términos de búsqueda posibles para un grupo del Movimiento Zeitgeist en tu país, por ejemplo, "Zeitgeist [tu país]" o "Movimiento Zeitgeist", traducido a tu idioma local. Si recibes alguna coincidencia debes tratar de ponerte en contacto con el administrador de la página (si es una página) enviar un mensaje privado (si es una cuenta de perfil) y/o enviar tu solicitud de ayuda (si se trata de un grupo).

Otras redes sociales conocidas incluyen: Google+, Twitter, Myspace, etc. No olvides revisar si existe un grupo con el nombre de tu país/región/ciudad en el sitio web de la red del Movimiento Zeitgeist (http://www.tzmchapters.net/)

- Buscar en Google

Si bien ésto es bastante raro, es probable que puedas encontrar buena información al realizar una búsqueda en google usando posibles términos de búsqueda como los arriba mencionados. Puedes encontrar que alguien realizó un evento en tu país y lo promocionó en su blog o que alguien ya ha empezado a construir un sitio web y aún no se ha contactado con la GCA (chapters@thezeitgeistmovement.com).

- Pregunta al Equipo Lingüístico

En el Equipo Lingüístico, a veces hay traductores activos de países que no tienen un capítulo. Enviar un correo al equipo lingüístico (linguisticteam@gmail.com)puede conseguirte los contactos que más tarde pueden ser un activo muy valioso para ayudar en el futuro desarrollo de tu capítulo.

- Tu propia “comunidad”

Algunos capítulos se inician con un grupo de amigos que quieren hacer algo. Si sientes que tus amigos o parientes apoyan al Movimiento, tal vez podrías pedirles que se unan y te ayuden.

Después de haber hecho tu "búsqueda" realizando los pasos descritos anteriormente, se recomienda hacer lo siguiente:

- Establece una Página en Facebook

Crea una página en facebook, carga un logo, añade algunas aplicaciones como una “página de bienvenida” y aliméntala con contenido acerca del Movimiento en la región y/o refiere algunas noticias/actualizaciones de la página del TZM Global en facebook.

Nota: Evita crear una cuenta de perfil (página personal) para el capítulo, pues dicha acción va en contra de los Términos de Servicio de Facebook y puede resultar en la desactivación de tu cuenta.

- Establece una cuenta en Twitter

También muy simple: crea una cuenta, edita el perfil en forma adecuada (añade el logotipo, edita la URL, etc.) Como beneficio adicional puedes conectar tu cuenta de twitter a tu cuenta de facebook, de esta manera un mensaje en facebook o twitter se refleja automáticamente en ambos.

- Establece un Canal en Youtube

This is pretty straightforward: create a channel, upload some videos that might already be translated into your language. You might want to be a YouTube partner to enable longer video duration in your channel (in the footer links on the youtube homepage, click “Creators & Partners”). After you have done this, email GCA at chapters@thezeitgeistmovement.com so your channel can later be linked to the TZM Official Channel.

Nota: Por favor respeta las pautas que YouTube tiene respecto de la infracción de los derechos de autor, el canal puede verse afectado negativamente de forma permanente y su condición de socio revocada de inmediato.

- Otros sitios de redes sociales

También puedes unirte a otros sitios de redes sociales que tal vez tienen éxito en tu país.

Sólo asegúrate de tener un pequeño plan del flujo de trabajo en tu cabeza o anotado, sobre el orden en que se actualizará el contenido de los medios de comunicación social, ya que cuantos más tengas, más tendrás que repetir la misma acción cada vez que desees enviar una actualización .

Una nota final sobre la ayuda: Cuando pidas ayuda a la GCA trata de ser tan específico como puedas. Por ejemplo, trata de detallar algunos aspectos donde necesitas ayuda, como trabajar en el sitio web, trabajar con imágenes, trabajar con traducciones, etc. También, cuando sea apropiado, refiérete a las personas directamente por su nombre y en el “Para:” una persona y “Cc:” los demás. De esta manera se reducen las probabilidades de sufrir los efectos de la “Difusión de Responsabilidad”. (Consulta la sección "La organización de un Grupo Base" para más información).

2.2. Establishing a Website & Tools

Después de establecer tus redes sociales y obtener cierta ayuda, entonces debes proceder a preparar la base de tu capítulo, tu sitio web.

¿Dónde estaríamos sin Internet? Todos reconocemos la importancia de esta poderosa herramienta en la organización de grupos activistas y cómo ésta facilita la difusión del mensaje a una audiencia mayor. Es extremadamente importante establecer un sitio web para proveer dicha información.

El sitio web será tu punto de referencia, donde los nuevos visitantes aprenderán acerca del movimiento en su región e idioma, donde la gente que lo apoya se pondrá al día con las noticias del movimiento, y donde los miembros interesados serán capaces de contribuir, unirse, comunicarse y organizarse.

Nota: Como parte estructural del diseño del sitio web de tu capítulo, una meta a largo plazo que se debe tener en mente, es la expansión en páginas de capítulos regionales y posiblemente sus propios sitios web.

Adquiriendo un buen Dominio (o varios)

Antes de empezar a construir el sitio web, primero debes adquirir un dominio. Estos pueden funcionar a muy bajo costo hoy en día, con dominios como tzm-usa.org que cuesta menos de $10 al año. Cuando escojas un dominio, elige algo que describa al capítulo claramente, por ejemplo para España sería:

- movimientozeitgeist.es < The Zeitgeist Movement está traducido y la extensión del dominio corresponde al país, “es” representa a “España”

Sin embargo, extensiones como .org están bien y son probablemente las más baratas de registrar.

- zeitgeistespaña.org < Simplemente la palabra zeitgeist y el país del cual proviene el capítulo, también es un dominio decente.

Existen, por supuesto, otros dominios posibles.

Como un extra, tal vez quieras adquirir dos dominios y/o conseguir un tercero para hospedar a tus páginas de campañas públicas. Algo como zday.es es mucho más fácil de recordar, para digamos, poner en un volante, que movimientozeitgeist.es. Sin embargo, con muchos menos dominios podrías también configurarlos para redireccionarse hacia el principal, o al menos proveer un enlace hacia él.

Nota: Cuando utilices un dominio específico para "campañas," necesitas redireccionarlo a una página con información específica acerca de lo que sea que estés promoviendo.

Construyendo el sitio web

Actualmente está disponible una "plantilla de sitio web" de la GCA que tiene la mayoría del contenido estructurado y un buen nivel de funcionalidad. Es relativamente fácil de administrar si no estás familiarizado con el desarrollo web y también tiene un aspecto profesional con un diseño limpio. Contacta a la GCA para obtener esta plantilla: chapters@thezeitgeistmovement.com.

Vista Previa:http://tzmchapters.co.cc/template

Con esta plantilla tienes tres opciones:
a. Sigue las instrucciones y úsala para tu capítulo.
b. Úsala como punto de partida y expande su funcionalidad, etc.
c. Desarrolla tu propio sitio web pero mantén la plantilla como referencia principal por el nivel de estructuración de contenido y funcionalidad que ofrece.

Naturalmente cada opción tiene sus requerimientos propios de habilidades y conocimiento de desarrollo web.

Siéntete libre de construir sobre esta plantilla o ser creativo al crear una propia, pero por favor mantén las pautas mínimas que están escritas en la sección de "Políticas del Movimiento" casi al final de este documento.

Para que el sitio web de un capítulo sea efectivo, necesita tener varias características como:
- un buen diseño de aspecto profesional, junto con un fácil acceso a la información

- un aspecto dinámico, es decir, actualizaciones periódicas de contenidos, noticias actuales, etc
- tener algún tipo de medio donde los usuarios pueden comunicarse entre sí, por ejemplo: blog, foro, chat, etc

Aspectos importantes a considerar

- No subestimes el poder de los usuarios revoltosos (también conocidos como trolls).
Si tu intención es tener un foro, un blog, un sistema de comentarios o chat, asegúrate de tener gente que quiera moderar y trabaja para expandir al equipo. Lo último que quieres es una mezcolanza de ataques personales, material irrelevante, spam, etc. Esto no solo afecta tu imagen pública, también hace un muy buen trabajo al rápidamente destruir la comunidad virtual en cuya creación y mantenimiento tanto has trabajado.

- Ponte en el lugar del visitante cuando navegues por tu sitio web.
No querrás disuadir a los visitantes de aprender o de ayudar al tener vacíos de información o una navegación confusa. La mayoría de las veces, cuanto más simple la navegación y el diseño de la página, mejor.

- La página web por sí misma no es tu capítulo, es sólo una herramienta.
Tu capítulo real son tus miembros, y no existe un sitio web (sin importar lo vistoso y funcional que sea), que pueda ayudar a mantener y expandir tu capítulo efectivamente si tienes una estructura de comunicación y organización disfuncional con tu “Equipo Base”, para el manejo de los recursos y el flujo de tareas.

Estableciendo Herramientas

Al mismo tiempo, mientras trabajas para establecer tu sitio web, también se debería dar prioridad a la creación de las herramientas de base que tu “Equipo Base” y los futuros miembros activos del capítulo utilizarán para la organización de documentos, archivos, tareas, etc.

Estas herramientas son bastante rápidas y fáciles de configurar. Su utilidad, beneficio y éxito dependen de la "mentalidad" de trabajo de tu “Equipo Base”, y la sinergia constructiva entre el grupo y tú.

Un sistema de Documentos

Esta es una herramienta que será un eje importante del núcleo del capítulo y de todos los proyectos que se desarrollen. Si bien es posible administrar un capítulo y su organización, sin esto, hay grandes ventajas en tener un sistema centralizado y organizado de documentos.

Con un sistema de documentos como google docs, puedes tenerlos todos organizados en carpetas y siempre encontrar algo sin tener que pedir el enlace o agregarlo a los marcadores. También puedes compartir documentos con varias personas y trabajar en forma colaborativa en tareas comunes tales como crear formularios, hojas de cálculo, documentos de texto, presentaciones de diapositivas, etc.

Con el fin de configurar una carpeta para tu capítulo, envíanos un correo electrónico a la GCA a chapters@thezeitgeistmovement.com requiriendo ser añadida al Sistema De Documentos Global del MZ ("TZM Global Document System"). Una vez añadida, recibirás instrucciones sobre cómo usarla.

Un sistema de Gestión de Proyectos

Configurar un sistema de gestión de proyectos (PMS por sus siglas en inglés) puede ser muy útil para tu capítulo, especialmente cuando éste se vuelva más grande, albergando varios proyectos al mismo tiempo.

Existen docenas, sino cientos de posibles soluciones en esta área, sin embargo, Open Atrium ha sido explorada y usada en el Movimiento por varios capítulos y equipos debido a las herramientas y funcionalidad que ofrece así como por su facilidad de uso. Open Atrium es una plataforma de código abierto diseñada específicamente para hacer que los grandes equipos se comuniquen mejor. Se trata de una intranet en una caja con: un blog, una wiki, un calendario, una lista de cosas por hacer, un shoutbox, y un panel de control para manejar todo. Un paquete de instalación "adaptado" de Open Atrium con ejemplos básicos de la organización del capítulo y proyectos se encuentra incluido como extra en la plantilla de capítulos del MZ.

Nota: No asumas que un PMS es la respuesta a tus problemas de organización: Un buen PMS no te salvará de una mala/inexistente organización o de carencia o mala calidad en la disciplina de trabajo.

Un Sistema de almacenamiento de archivos

Tan pronto como tu capítulo empiece a crecer habrá una mayor necesidad de tener un lugar común donde se almacenen y organicen los archivos. Estos archivos pueden tener varios fines y razones, sin embargo la mayor parte de su uso será la transferencia de archivos de proyectos y para alojar archivos que son frecuentemente descargados desde el sitio del capítulo, con el consiguiente ahorro en la carga de tu hosting personal. Tener un sistema de almacenamiento de archivos común es muy fácil y hay un montón de opciones. Dependiendo de tus necesidades, puede elegir lo que piensas que será mejor para ti y tu capítulo. Algunos de los servicios más comunes que se utilizan en el Movimiento por los capítulos son Dropbox y Mediafire.

2.3. Organizando un Equipo Base

Como todos sabemos, no es suficiente tener un grupo de personas que simplemente quieran ayudar. Debe haber un mecanismo que les permita ayudar eficazmente y de una forma organizada, y con eso en mente llegamos a la etapa en que es necesario establecer un núcleo.

Antes de entrar en detalles sobre cómo formar un núcleo, aquí están algunos puntos clave importantes:

¿Qué es actividad sincrónica y asincrónica?

Muy fácil, la actividad sincrónica requiere que los participantes estén en un lugar y momento dado trabajando juntos en algo, y la actividad asincrónica es aquella en la que cualquier participante puede trabajar cuando sea que quiera a la hora que elija, sin importar la actividad de otros.

Un ejemplo de actividad sincrónica es una reunión física. Una reunión de un grupo de individuos que pueden discutir tópicos en una reunión física (cara a cara) tiene sus ventajas. Sin embargo, reunirse "alrededor de una mesa" no siempre es posible para todos los que deseen participar debido a conflictos de horario, obligaciones, agendas personales, y así sucesivamente. Las reuniones cara a cara también excluyen a aquellos que desean asistir y contribuir, pero viven demasiado lejos del lugar de la reunión.

Aquí es donde las reuniones virtuales tienen lugar. El establecimiento de una presencia en línea sirve para fortalecer la interacción del equipo debido a la continuidad proporcionada más allá de las reuniones presenciales. También le permite a uno participar discretamente desde la comodidad de su hogar, creando un ambiente independiente de las variables espaciales y temporales y permitiendo la participación "asincrónica". Por ejemplo, un miembro puede contribuir con ideas a las 3:00 pm y el otro puede continuar con el trabajo a las 3:00 am.

¿Qué es el efecto “Difusión de Responsabilidad” y por qué es tan importante?

Difusión de responsabilidad es un fenómeno socio-psicológico por el cual una persona tiene menos probabilidades de asumir la responsabilidad de una acción o inacción cuando otros están presentes. Considerado como una forma de atribución, el individuo asume que, o bien otros son responsables de la adopción de medidas o ya lo han hecho. El fenómeno tiende a ocurrir en grupos de personas por encima de un tamaño crítico y cuando la responsabilidad no se ha asignado explícitamente. Rara vez se produce cuando la persona está sola y la difusión aumenta con grupos de tres o más.

Este efecto ocurre con más frecuencia de lo que podríamos pensar. Dentro del Movimiento, se ha manifestado de diferentes maneras:

- •Falta de productividad o seguimiento después de una gran idea/discusión porque nadie tomó la responsabilidad como "propia" ni la aplicó.
- •No se hizo seguimiento o ejecución organizacional después de que se discutieron grandes tareas y roles en la reunión. Eso puede suceder cuando el proyecto es manejado por dos o más personas o si los miembros rechazan el rol de "administrador".
- •Pocas respuestas al correo electrónico en masa y pidiendo voluntarios. Se descubrió que pedir individualmente (o al menos dar la impresión de hacerlo) parece producir resultados sustancialmente más positivos.

La comprensión e identificación de este efecto es importante en el activismo, ya que puede marcar la diferencia entre, el ser todo discurso y cero resultados, o en realidad adoptar medidas eficaces. Si te interesa el tema, puedes buscar y leer más sobre esto en Wikipedia.

Formando el "Equipo Base" del Capítulo

Cuando se forma el "Equipo Base" de un capítulo, se deben considerar los siguientes aspectos clave:

- Definir la coordinación del Capítulo y las responsabilidades

En primer lugar, a la hora de definir el "Equipo Base" de un capítulo, se debe comenzar con la coordinación del capítulo. Sin esto, tu capítulo caerá en la desorganización permanente por el simple hecho de que no hay responsabilidad de nadie para hacer ninguna de las tareas básicas de mantenimiento y desarrollo de este capítulo.

Entonces ¿Qué hace un coordinador de capítulo?

a) Organiza y administra la información dentro del capítulo (incluyendo reportes y reuniones).
b) Se mantiene informado acerca de la actividad del Movimiento, e informa a otros niveles de capítulo y miembros.
c) Apoya y provee consejo a los administradores de proyectos dentro del capítulo.
d) Revisa y valida los subcapítulos, coordinadores y proyectos propuestos en el capítulo.
e) Asegura la exactitud e integridad de la representación del Movimiento a través del activismo y el sitio web del capítulo.
f) Es responsable del uso apropiado y la privacidad de la lista de correos del capítulo y otros datos administrativos importantes.
g) Trabaja en pro de un ambiente orientado hacia el trabajo y libre de conflictos y, de ser necesario actúa como mediador dentro del capítulo.

h) Administra la lista de correos del capítulo.

Nota: Puedes leer más acerca de la coordinación en la sección "Consejos de Coordinadores" en el Apéndice de la versión en línea.

- Capítulos con subcapítulos
En los grandes capítulos con subcapítulos, un coordinador debe enfocarse también en apoyarlos y expandirlos, el desarrollo de sus proyectos, y en mantener un buen flujo de información.

- Múltiples coordinadores
En el caso de múltiples coordinadores, debes preguntar a tu equipo lo siguiente:
- ¿Quién va a ayudar en el desarrollo de subcapítulos?
- ¿Quién va a integrar la administración de proyectos y asegurarse de que estos se desarrollen apropiadamente?
- ¿Quién va a mantener y actualizar los sitios web de los capítulos y subcapítulos?
- ¿Quién va a organizar las reuniones de los capítulos, reunir y organizar reportes, interactuar con el movimiento global brindando reportes y transmitiendo la información de ida y vuelta?

Como se puede ver arriba, es importante aclarar quien es responsable de que. Asigna a alguien la tarea de verificar si los elementos sobre los que cada persona ha asumido la responsabilidad se están cumpliendo y si no ¿por qué?, y qué soluciones alternativas podrían estar disponibles. En otras palabras, esta persona tendrá el papel de la gestión interna del grupo.

- Definiendo al Equipo Lingüístico
En un capítulo nacional, el equipo lingüístico tiene importancia fundamental, especialmente en países donde la lengua nativa no es el inglés. Sin tener el contenido disponible en un determinado idioma nativo, es muy probable que este sea dejado de lado por todas aquellas personas que no pueden entender muy bien el Inglés, y el contenido que se traduce incorrectamente puede conducir a una falta de entendimiento o a una interpretación incorrecta.

The Linguistic Team already provides the coordination, tools, maintenance and experience needed for your Chapter to quickly get involved and become productive as soon as your group is ready to hook in. In most cases, an official Language Team will already exist for your language, along with their progress report showing everything that has already been completed, as well as a listing of fully prepped English materials that are yet to be started for translation (Note that all materials must first pass through the LingTeam's English Department for proofreading before they are available for translation).

Es necesario por parte de los coordinadores de capítulo, identificar miembros que puedan ejercer roles como: traducir, revisar y coordinar plenamente con los coordinadores del LingTeam y apoyar el trabajo con información relevante, con la participación de los miembros de tu capítulo, ayudando a los nuevos miembros, asegurarse que las traducciones estén progresando, realizar un seguimiento de los recursos humanos, etc.

Normalmente, cuando comienzan los capítulos, esta "responsabilidad en las traducciones" es a menudo confiada a una sola persona, sin embargo, conforme el capítulo crece, puede ser necesario ampliarlo a una coordinación compartida por 2 ó 3 personas. En este caso es MUY importante definir los subroles de cada coordinador. Cualquier definición de rol debería coordinarse con los coordinadores del LingTeam, ya que ellos son los responsables de supervisar todas las actividades dentro del equipo de cada idioma.

Para ponerte en contacto con el equipo lingüístico global, por favor envía un correo al Equipo Lingüístico Internacional.

- Definiendo al Equipo Multimedia
A diferencia del Equipo Lingüístico es muy probable que esto sea menos un equipo y más un área de responsabilidad de la que uno o un pequeño grupo de miembros se hará cargo. Muy simple, el aspecto multimedia tiene que ver con la realización de tareas que están relacionadas con el diseño gráfico y edición de vídeo y audio.

Esto es trascendental porque la imagen pública es una parte muy grande e importante del Movimiento en general. Si puedes producir profesionalmente contenido en hojas volantes, afiches y material similar, inmediatamente recibirás mucha más credibilidad. Del mismo modo, no todo el mundo en el Movimiento es diseñador gráfico profesional o sabe cómo trabajar con estas herramientas. Al tener este proceso centralizado y hacerlo fácil de copiar/adaptar puedes ahorrarte una enorme cantidad de dolores de cabeza y de recursos sin dejar de lucir bien.

- Definiendo al Equipo de RRPP
El Equipo de RRPP por “Relaciones Públicas”. RRPP es el área de actividad que incluye redacción, hablar en público y mejorar la comunicación/imagen pública de los capítulos mediante “tormenta de ideas” y proponiendo campañas de activismo para que sean asimiladas por los capítulos locales.

Como con los otros equipos, el equipo de RRPP necesita alguien que lo organice, y mientras más pronto se defina quien será, mejor.

La gente que inicialmente se una a este equipo será importante ya que, idealmente, se desarrollan y adaptan mejor que el promedio de miembros activos para manejar medios

masivos mediante la comunicación eficaz de los principios del movimiento. Usualmente la gente que participa en estos roles está involucrada con marketing, relaciones públicas, docencia, ventas, servicio al cliente, etc.

- Definiendo el Flujo de Trabajo de Recursos Humanos: “Equipos” y “Proyectos”
En todo el tema de la estructuración, hay una pregunta muy importante que suele pasarse por alto, y es: ¿Debe tu capítulo tener equipos con proyectos asociados o tener proyectos para los que varios equipos trabajan?

Dada la naturaleza de voluntariado en el Movimiento, la construcción de un equipo es realmente un trabajo duro porque los miembros activos van y vienen y pueden volver más tarde o no (dependiendo de la situación de su vida personal) ya sea que se hayan llevado la satisfacción del trabajo que hicieron o no. El tener un equipo organizando proyectos “a su cargo” pone una enorme presión sobre el o los organizadores del equipo y, además, dada la naturaleza de algunos proyectos, a veces, las habilidades interdisciplinarias son necesarias. Mediante el análisis de esta situación y la observación de la breve historia de los equipos dentro del Movimiento, parece claro que los equipos con proyectos "a su cargo" no parecen funcionar muy bien.

Afortunadamente, la elaboración de proyectos como catalizadores para la formación de equipos temporales que provienen de la base de recursos (mantenida por los facilitadores del equipo) parece generar mejores resultados. La fórmula es muy simple, y consiste en la definición de un razonamiento objetivo y a continuación, la recopilación de voluntarios y organización de tareas, el cumplimiento de esas tareas y la finalización del proyecto.

En este escenario, el papel del equipo no es obsoleto, sino que en realidad es todo lo contrario. Un equipo de una disciplina concreta sirve como una base de recursos para formar equipos multidisciplinarios que trabajarán en un proyecto. Por ejemplo, el proyecto X requiere un diseñador gráfico, un programador, dos traductores. Esto significa que el organizador del equipo de prensa informará a todos los miembros elegibles a partir de sus bases de datos y tratará de asegurar a un voluntario para el papel, y este mismo método se aplica como ejemplo para los Equipos de Desarrollo y Lingüística.

Nota: Hay una excepción a esta regla, el equipo lingüístico parece manejarse muy bien por sí mismo en cualquiera de los métodos ya que el flujo de trabajo es muy estandarizado (traducir, corregir, revisar y publicar). Esto puede indicar que mientras más simple y replicable sea el flujo de trabajo, este puede llegar a ser más exitoso.

2.4. Expandiéndose en Capítulos Regionales

La meta del Capítulo Nacional es ayudar a los Coordinadores Regionales a desarrollar capítulos siendo un recurso útil y proveyendo una plataforma mediante reuniones permanentes en línea que permitan a tus Coordinadores Regionales compartir ideas y apoyarse unos a otros y además de pasar información de las reuniones internacionales, acerca del activismo que ocurre a escala global, tales como los eventos globales (por ejemplo: ZDay, Zeitgeist Media Festival, etc) y campañas de sensibilización especiales (por ejemplo: Why I Advocate, Zeitgeist Media Project, ZeitNews, etc).

Coordinadores Regionales/Estatales

- Viven en la provincia/estado que están coordinando
- Están muy familiarizados con los documentales Zeitgeist, la Guía de Orientación del Activista, las conferencias de Peter Joseph, y se sienten cómodos contestando preguntas sobre un modelo económico global basado en recursos y porqué éste es tanto necesario como deseado.
- Tienen acceso regular a un computador y a la correspondencia por email
- Son promotores/defensores reales, conocedores y dedicados a la dirección del Movimiento
- Son pensadores orientados hacia las soluciones que se desarrollan bien en proyectos colaborativos y mantienen motivados a los demás.
- Se sienten cómodos al realizar muchos eventos de coordinación en su área local: proyecciones, foros urbanos, festivales y activismo callejero, etc.

Los Coordinadores Regionales/Estatales son voluntarios que transmiten la información compartida del MZ por los Coordinadores Globales/Nacionales a los miembros, dentro de su respectivo estado/región. Celebran reuniones (en línea, en persona o ambas), actualizan el contenido del sitio web, envían boletines, responden correos electrónicos de los miembros y de otros coordinadores, a veces organizan eventos de activismo locales, ayudan en el desarrollo de los subcapítulos en ciudades y universidades, participan en el reporte mensual del capítulo, pueden hablar en nombre del movimiento en los eventos locales y asistir a las reuniones del Capítulo Nacional a través de TeamSpeak para mantenerse al día con las iniciativas del movimiento. (Si su horario no permite su participación en reuniones en vivo, se ponen al día a través de grabaciones, después de la reunión).

Sabes que estás listo para expandirte en Capítulos Regionales cuando alguien muestra interés en tomar ese rol, tiene las habilidades necesarias para cumplirlo y está comprometido con las responsabilidades del mismo. Habrá personas que muestren interés en establecer un capítulo en su área pero, sin embargo, que no tienen la capacidad para ejercer el rol, tal vez por una falta de habilidad en la comunicación, inseguridad a la

hora de plantear o defender los entendimientos y propósitos del Movimiento o el concepto de un MEBR, o, quizás tener una agenda personal que choca con alguno de éstos principios. Es importante discernir cuando se está preparando gente para roles de coordinación, pues si la persona no es la correcta, puede ser potencialmente peligroso para el capítulo, y en su momento, para el Movimiento en general.

En esta Sección:

- 3.1 - Visión General
- 3.2 - Comenzando
- 3.3 - Manteniendo el Foco

3.1 - Visión General

Las particularidades de un Capítulo Regional son, que éste puede ser conformado como una expansión de un Capítulo de Ciudad, o como una subdivisión de un Capítulo Nacional. También puede ser el caso que un capítulo regional se conforme como una medida provisional y una forma de facilitar la actividad y la comunicación en zonas escasamente pobladas, donde en principio, hay muy poca gente en una ciudad para establecer un capítulo local, sin embargo, una gran propagación en una región dada. Esta puede ser una situación más familiar para los capítulos en países grandes con poblaciones pequeñas, repartidas en amplias zonas, con largas distancias de viaje entre sí, como Australia o Canadá. El capítulo regional está estructurado de una manera que reúne los capítulos de ciudad de la misma región, provincia, distrito o estado. Además, reúne a personas de una determinada región que viven en ciudades que todavía no han formado un capítulo local.

Hay tres formas en que preferiblemente los capítulos regionales se desarrollan:

1) Desde el centro hacia fuera, y cuando el número de capítulos locales dentro de un país aumenta hasta el punto en que es necesario, por razones de coordinación, que se dividan de acuerdo a la región, con el fin de repartir el trabajo y facilitar una fluida comunicación.

2) Desde arriba hacia abajo, cuando crece la tracción del MZ dentro de un país y el interés crece al punto en el que varias regiones desean establecer sus propias actividades. Estos capítulos regionales pueden llegar a ser gradualmente más y más localizados, debido al aumento del interés y la actividad, y los números crecen en las distintas localidades.

3) De abajo hacia arriba, cuando los capítulos locales se encuentran con números cada

vez mayores, la creación de redes y la colaboración es cada vez más útil, establecer un marco de referencia regional, facilita ésto.

Cabe señalar que, independientemente de si un capítulo regional se desarrolla del centro hacia fuera, de arriba hacia abajo o de abajo hacia arriba, es de suma importancia que la comunicación con la coordinación nacional se mantenga. Este tipo de comunicación es esencial para el buen funcionamiento de un movimiento interconectado a nivel mundial, ya que facilita el desarrollo de ideas y proyectos, así como la prestación de apoyo a cada capítulo. Si todos los capítulos están efectivamente conectados en red y los recursos de apoyo son igualmente accesibles, se reduce la carga de trabajo de cada capítulo y todos serán igualmente responsables de la defensa de la integridad del Movimiento.

3.2 - Comenzando

En sus inicios, un capítulo regional a menudo se asemeja a los procesos de un capítulo de ciudad, debido al tamaño relativamente limitado y la cobertura geográfica. Las únicas mayores diferencias son que un capítulo regional:
- Reúne miembros de las distintas ciudades en una región
- ¿Está enfocado en la expansión (la creación de más capítulos de ciudad)

De forma más simple, el capítulo regional es básicamente el primer capítulo "de ciudad" en una región, un capítulo que se centra en la generación de más capítulos de ciudad a su alrededor. Por lo tanto, además de leer esta sección, también se recomienda leer la sección del capítulo de ciudad.

Para empezar, y suponiendo que todavía no hay un capítulo en tu región, por favor, sige los pasos que se indican a continuación:

1. Pónte en contacto con la coordinación del capítulo nacional
El título lo dice casi todo... Si no puedes encontrar, o no recibes una respuesta de tu capítulo nacional, el cual debería estar listado en nuestro sitio oficial, en la sección Capítulos aquí:http://thezeitgeistmovement.com/chapters, por favor pónte en contacto con nosotros enviando un correo electrónico a chapters@thezeitgeistmovement.com, y con toda probabilidad, empezaremos a considerar la creación de un capítulo en tu propio país.

Si, finalmente, logras establecer contacto con éxito, por favor, sigue las instrucciones que se te ofrecen en la respuesta.

2. Configurar las herramientas de comunicación
Las herramientas de comunicación se refieren a cualquier tipo de soporte virtual que proporcione una plataforma para el intercambio de información del grupo.

Lamentablemente poco se puede ampliar aquí, acerca del desarrollo de estas plataformas ya que están en consonancia con las herramientas utilizadas por los capítulos nacionales; gran parte de las mejores herramientas de comunicación para los capítulos regionales son realmente creadas por los mismos capítulos nacionales, que difieren en sus enfoques.

Sin embargo, estas herramientas de comunicación incluyen, al menos, una página de Facebook y un blog, donde se pueda hacer una básica promoción pública. Por favor revisa la ayuda del "Sitio Web del Capítulo" al final de este documento si tienes la intención de comenzar un blog o un sencillo sitio web.

Además de esto, como coordinador de tu región, debes crear una dirección de correo electrónico dedicada a ese capítulo y también una hoja de cálculo o documento en el que puedas, al menos, no perder de vista los detalles de los capítulos de ciudad (sus contactos, correo electrónico de los capítulos, medios de comunicación, coordinadores, etc)

3. Organizar un plan de desarrollo o las directrices de desarrollo y aplicarlo
Después de informar adecuadamente tus intenciones a tu capítulo nacional, siguiendo las instrucciones, y creando medios de comunicación para tu capítulo regional, es el momento de redactar un plan de desarrollo inicial.

Este plan de desarrollo debe incluir, pero no se limita a, detalles tales como:
- Escribir un correo electrónico promocional y algunas instrucciones y enviarlo a todos los suscriptores de tu región, que pueden ya estar suscritos al capítulo nacional (en algunos capítulos pueden llegar fácilmente a ser cientos de destinatarios)
- Usar la página de Facebook nacional para promocionar la regional
- Llenar tus publicaciones sociales con noticias e información relativa al Movimiento
- Organizar y planificar reuniones y también pequeños eventos que puedas atender
- Esbozar un flujo de trabajo básico de cómo vas a organizar y reunir voluntarios para crear los capítulos de ciudad
- Investigar otras actividades en las que tu capitulo pueda involucrarse (por favor, revisa www.tzmchapters.net para más ideas y campañas globales actuales)

Y eso es lo más lejos que esta guía te puede llevar por el momento. Lo que hagas a partir de este punto concierne a tu creatividad, planificación y habilidades de pensamiento.

3.3 - Manteniendo el Foco

Bien sea que es necesario crear un Capítulo Regional, o cuando simplemente emerge, se tiene la ventaja de coordinar actividades que trascienden los límites de la ciudad y ayudar a distribuir la información de las ciudades al Capítulo nacional y viceversa. Sin

embargo, el objetivo debe ser siempre crear más capítulos de ciudad, incluso "capítulos de barrio", de ser posible, para poder llevar a cabo las actividades locales como foros urbanos y conferencias. Los capítulos regionales comparten las mismas funciones generales que los capítulos de Ciudad y Nacionales, pero estas funciones dependerán de la geografía de la región. Si se trata de una pequeña región donde las ciudades están una junto a la otra, una de las funciones del Capítulo Regional será llevar a cabo eventos regionales, pero si es una gran región donde las ciudades están lejos entre sí, el Capítulo Regional debe centrarse en proyectos virtuales y en la recopilación de personas de diferentes ciudades de la región para promover la creación de más capítulos de Ciudad en la región. Los Capítulos Regionales deben ser usados como una herramienta para expandir al Movimiento, bien para ayudar al Capítulo Nacional para formar nuevos capítulos de ciudad dentro de la región, o para ayudar a los Capítulos de Ciudad a contactar más gente de otras ciudades y regiones para consolidar el Capítulo Nacional.

En esta Sección:

- 4.1 - Introducción
- 4.2 - Comenzando
- 4.3 - Aumentando Voluntarios & Organizando un Grupo Base

4.1 - Introducción

La estructura de Capítulos del Movimiento Zeitgeist es nuestra red de comunicación oficial en todo el mundo, donde el enfoque es comunicar los principios y metas del MZ a través de esfuerzos voluntarios de activismo de concienciación. Los Capítulos Oficiales son reconocidos como grupos auto-motivados de individuos que entienden las propuestas y perspectivas del Movimiento y promueven las soluciones propuestas en nuestro material. Estos capítulos locales se enfocan en proyectos de concienciación dentro de su comunidad mediante actividad coordinada grupal e interacción social.

Lo que hace que nuestra estructura sea holográfica es que cada capítulo promueve el mismo tren de pensamiento, razonamiento e información, tomando en cuenta el matiz cultural de la población en esa zona (ej. idioma, perspectivas políticas dominantes, estilo de vida y valores, etc.) y encuentra formas divertidas y eficientes de comunicar el tren de pensamiento en dicha área.

Los capítulos funcionan a través de una red de esfuerzos coordinados por voluntarios (es decir, tú) que optan por ser parte de la estructura oficial y participar al permanecer en comunicación con su Coordinador del MZ, respondiendo a los correos electrónicos y

organizando eventos de sensibilización a nivel local.

Nota sobre "Oficial" vs. "No oficial": Si bien ésta estructura es lo que nosotros llamamos nuestra plataforma “oficial” para activismo, no es necesario participar del activismo de tal manera. Algunas personas no tienen tiempo, o querrán participar independientemente. O algunas querrán crear un grupo para otros propósitos (ej. movimientos ecologistas, aldeas de transición, construir una ciudad, acceso a socialización, etc.) Estas vías están abiertas a todos, pero no son lo que los capítulos del MZ realmente hacen. Por favor, mantén esto en mente a medida que avanzas. El objetivo actual del Movimiento es el activismo de concienciación, la educación y la comunicación de la información en nuestros materiales para tratar de crear una masa crítica global que soporte un sistema de valores científico.

4.2 - Comenzando

¿Listo para empezar?

I. ¿Existe ya un capítulo en tu área?
Puede que ya exista un capítulo en tu área. Para encontrar esta información visita www.thezeigeistmovement.com y desplázate hacia el final de la página para ubicar los enlaces hacia los Países, Estados y Regiones que tienen capítulos. Haz click para ver si ya existe un capítulo y puedas unírteles.

II. Si NO existe ningún capítulo en tu área
Contacta al coordinador del nivel inmediatamente superior dentro del área en que resides. Por ejemplo: Si yo quiero iniciar un capítulo en la ciudad de Los Ángeles, California, EE.UU. Primero habría buscado si ya existe un Capítulo Los Ángeles. Si el capítulo local no existe, entonces revisaría si hay un Capítulo en California. Si, una vez más, no está, entonces contactaría al coordinador de Estados Unidos para iniciar un Capítulo. El sitio web del capítulo de tu país, puede tener una sección titulada "involúcrate", "comenzar un capítulo" o "contacto" a través del cual podrás iniciar el proceso de investigación.

Si resulta que no hay ningún capítulo en tu región o país, revisa el sitio web global, para encontrar cual coordinador global es el más pertinente para tu región. Las preguntas iniciales pueden ser enviadas achapters@thezeitgeistmovement.com

III. El Propósito de un Capítulo
Nuestro actual propósito como capítulo es participar en el activismo de sensibilización a nivel urbano y local. Si estás interesado en crear/coordinar un capítulo en tu ciudad, pueblo o región, aquí están algunas guías para empezar:

•Al menos dos o más personas que deseen reunirse regularmente en torno a los principios del Movimiento Zeitgeist y deseen participar en el activismo de sensibilización.
•Los Coordinadores deben entender claramente la Guía de Orientación del Movimiento o el Video de Orientación
•La actividad de los capítulos debe ser relevante a los objetivos del Movimiento: Los capítulos existen para discutir y promover el conocimiento del Movimiento Zeitgeist y compartir los entendimientos con el público.
•Los capítulos oficiales necesitan mantener un sitio web para facilitar la membresía y publicitar los eventos. Tenemos una plataforma para capítulo que recomendamos y que puede ayudar para que estés en línea.
•Pedimos que cualquier sitio web utilizado de forma oficial mantenga relevante aquello de lo que trata de El Movimiento Zeitgeist y los esfuerzos de activismo del capítulo. (Por ejemplo: Sin publicidad de organizaciones externas, proyectos o intereses ajenos, como enfoque del sitio web)
•Se recomienda que se realice una reunión del capítulo, al menos una vez al mes para organizar proyectos o eventos de concienciación del MZ.
•Los coordinadores deben participar en la reunión en línea de su "siguiente nivel" (es decir, Estado, Provincia o Reunión internacional) Por lo general, esto sucede en línea en el Teamspeak. La información de conexión se puede encontrar aquí: Teamspeak Info.
•Los coordinadores necesitan mantener comunicación con la coordinación de su área más grande.
•Es necesario mantener una buena conexión. Como un Capítulo Oficial, vincúlate con tu “capítulo madre” como reconocimiento de que estamos conectados. Adicionalmente, el sitio web de tu capítulo será listado en la página del "capítulo madre"/regional.

Como Coordinador de un Capítulo: Expresas, a través del deseo de tomar el rol, que estas de acuerdo con los puntos arriba mencionados, en referencia al rol de coordinador. Las posiciones de coordinador son publicadas como VACANTES si un coordinador no se hace responsable de los mensajes de correo electrónico, lleva al capítulo en una dirección diferente a la promovida por el MZ (ej. luchar por otras causas), y/o el capítulo se vuelve inactivo (poca o ninguna actividad o comunicación).

IV. Tu capítulo está creado ¿Ahora qué?

•Necesitas una plataforma web; trabaja con el coordinador que contactaste inicialmente para crear una plataforma web para tu capítulo (si es necesario)
•Crea tu próximo evento de activismo de concienciación y pónlo en el calendario de tu capítulo! Algunos ejemplos son:

- •Repartir DVDs o volantes del Movimiento Zeitgeist en un festival, mercado o feria
- •Realizar una proyección de Moving Forward o Addendum
- •Crear un video "Why I Advocate"
- •Dejar tarjetas, folletos o DVDs en las empresas públicas para que las pongan a disposición de los clientes
- •Participar en el próximo evento global: Zday o Zeitgeist Media Festival
- •Conversar con otros movimientos acerca de nuestro tren de pensamiento (mediante conferencias, proyecciones, clases, etc)

•Crear contenido a partir del esfuerzo de tu capítulo! (ej. escribir artículos, tomar fotos, crear videos y publicarlos en línea) Las fotos y videos de tus eventos & esfuerzos son muy importantes para demostrar la actividad de tu capítulo.

•Trae este contenido a las reuniones del MZ a las que asistas (ej. Reuniones de España, Latinoamérica o Internacionales en Teamspeak) para que pueda ser publicado en otros sitios.

•Estar en comunicación es fundamental para crear un movimiento global en red. Por favor, mantén la comunicación entre el coordinador de capítulo madre (o nivel superior) y tú (usualmente tu Provincia, Estado o Coordinador Internacional).

V. Recursos de los Capítulos

Los siguientes recursos son usualmente de utilidad para lograr que los miembros de tu Capítulo estén familiarizados con los objetivos y el espíritu del Movimiento y que entiendan completamente el concepto y objetivo de un Modelo Económico Basado en Recursos. Es de gran importancia que el equipo base de cualquier Capítulo, tenga confianza en su capacidad de transmitir estos conceptos y objetivos, ya que son la interfaz con el público. Los diversos recursos de medios de comunicación, compilados como un proyecto en marcha, son también de gran ayuda en la tarea de transmitir el mensaje del Movimiento.

Educativos

- •Guía de Orientación del Movimiento (Edición 2009)
- •Sitio web global: http://www.thezeitgeistmovement.com/
- •Conferencias, documentales y entrevistas: http://www.youtube.com/user/TZMOfficialChannel
- •Sitio web MZ Latino: http://www.zeitgeistlatino.org/
- •Galería de Artículos (en inglés): http://zmca.org/articles
- •Radio transmisiones globales: http://www.blogtalkradio.com/zmglobal
- •Sitio web sobre tecnología (en inglés): http://www.zeitnews.org/

Multimedia:

- •Videos, Gráficos, Impresos, Música para uso no

comercial: http://www.zeitgeistmediaproject.com/
•El Blog del MZ (español): http://blog.thezeitgeistmovement.com/es

VI. Manténiendo un Capítulo

Consistencia:
Es importante mantener un activismo constante sobre una base mínima mensual. Un calendario es una gran herramienta para ello pues mantiene a los miembros al día de las actividades que vienen y así pueden ajustarse para participar y preparar lo que sea necesario. Esta consistencia ayuda a integrar el activismo dentro del estilo de vida del individuo y sus horarios, particularmente para los muy ocupados. Consistencia y "momentum" le permite a los miembros percibir el crecimiento del capítulo, verlo comenzar y dar sus primeros pasos, lo que se refleja en buenos resultados. El permitir el estancamiento del activismo, produce un muy negativo impacto en la motivación de los miembros comprometidos.

Si un capítulo es lento, o no está aumentando de tamaño a un cómodo ritmo, puede ser difícil mantener el entusiasmo. Sin embargo, es importante no apresurar el proceso de construir un capítulo sólido, y establecer en cambio, una rutina constante que se está cumpliendo por aquellos que están comprometidos con su participación. No gastes demasiado tiempo en la medida del "tamaño" cuando se trata de activismo. Comienza con algo pequeño y dedícate a las actividades que están dentro de los medios y recursos que tienes disponibles. Deja que la relevancia combinada con la coherencia de la acción, tengan prioridad sobre el tamaño (* véase la sección sobre las expectativas), y permite que tu capítulo se desarrolle a un ritmo que sea realista y manejable para sus miembros.

4.3 - Aumentando Voluntarios & Organizando un Grupo Base

La columna vertebral de cualquier capítulo en el Movimiento es el equipo base de voluntarios activos. Independientemente del tamaño del capítulo como un todo, o en la región en la que se basa, el Equipo Base del capítulo se compone generalmente de un pequeño grupo de activistas comprometidos. Encontrarás que los miembros van y vienen, asisten a las reuniones y eventos de forma esporádica, o quizás de forma consistente durante un período de tiempo, y luego desaparecen. Esto no es algo para preocuparse, ya que es la norma en cualquier grupo de activistas. Tu área de mayor necesidad es el equipo base, y la necesidad de diferenciar entre aquellos miembros que puedan formar parte de éste equipo, de otros miembros, es de gran relevancia cuando se trata de asegurar que tus expectativas son realistas.

Aumentando Voluntarios

Puedes sentirte solo al comenzar un nuevo capítulo y la tarea de traer suficientes voluntarios para ayudar de forma coherente puede parecer desalentador. Sin embargo, unas pocas herramientas en línea deben ser de gran ayuda para empezar.

Es necesario establecer una presencia virtual ya sea a través de sitio web nacional de tu país, o mediante el establecimiento de tu propio sitio (en muchos casos no hay necesidad de hacer esto ya que los capítulos locales disfrutan de un espacio en el sitio web nacional de su país). Es importante publicar regularmente noticias y novedades sobre la actividad de tu capítulo a este sitio web, para que mantengas una presencia pública en línea. Si bien no hay necesidad de hacer publicidad de todas las reuniones de planificación de tu capítulo, es útil por lo menos crear mensajes mensuales en la página web, detallando las próximas actividades y eventos del Capítulo en las que a los posibles voluntarios les gustaría estar involucrados.

Este proceso de dar a conocer tu actividad, debe ser replicado en una variedad de plataformas a fin de lograr el máximo alcance. Esto significa que tendrás una presencia activa en medios sociales a través de Facebook, Twitter y similares. Es posible que desees tener tu propia página del Capítulo, para apelar especialmente a los de tu área inmediata. Ten cuidado sin embargo, con los medios de comunicación social, ya que a pesar de que la publicidad es una herramienta útil, no son una medida confiable de la actividad de un capítulo debido a que la mayor cantidad de lo que ocurre en plataformas de medios sociales, no se traduce en activismo en el terreno. Una página de un capítulo en Facebook, por ejemplo, puede atraer a cientos, tal vez incluso miles de seguidores, sin embargo, es poca ayuda para el voluntariado a la hora de la celebración de reuniones fuera de línea, reales y eventos. Evitar enredarse en los debates que se basan en los medios sociales ya que estos pueden convertirse en una sangría de tus recursos limitados y muchas veces tienen poca relación con lo que está sucediendo con el capítulo real, en lugar del virtual.

Si tienes acceso a una lista de correos o eres capaz de establecer una, esto también resultará útil para orientar los voluntarios que puedan haber estado dormidos pero que apoyan al Movimiento. Es una buena idea publicar información en tu sitio web y en la lista de correos al menos una semana antes del período en el que las reuniones y/o eventos descritos se inician, de forma que los aspirantes a ser voluntarios sean capaces de planificar su asistencia. Con listas de correo puede ser mejor ofrecer un resumen de las actividades de un mes de una sola vez, en lugar de ofrecer la información de forma parcial, lo cual puede interpretarse como spam. Puedes experimentar lentitud con la construcción de tu lista de correos si solo te basas en las inscripciones de tu sitio web. Es importante darle la cara a la gente en el terreno público y la divulgación a través de reuniones y eventos, no importa cuán pequeños sean al comienzo, con el fin de hacer crecer la base de miembros potenciales voluntarios del Capítulo.

Si lo deseas, para llegar a otros capítulos cercanos y, sobre todo si los miembros han tenido que viajar previamente para asistir a las reuniones en un pueblo cercano, debido a que no tenían un capítulo local activo en el cual participar. En Australia, por ejemplo, una serie de capítulos locales se iniciaron como resultado de que sus miembros, tenían que atender reuniones o eventos en ciudades alejadas unas horas de viaje desde su casa, y decidieron dar el siguiente valiente paso de llegar a su propia comunidad y crearon un nuevo capítulo. A menudo es el caso de que otras personas en la zona están muy interesadas en participar, pero estaban esperando a que alguien más fuese quien estableciera las cosas. Los coordinadores de los capítulos nacional o regional pueden incluso ser capaces de proporcionarte la información de contacto de las personas que han expresado su interés en colaborar con la actividad del capítulo en tu área antes de la creación de tu capítulo, pero que no pudieron asumir la tarea de coordinación por sí mismos.

Una vez que tengas una presencia activa en línea y canales de comunicación sólidos atraerás a un grupo de voluntarios potenciales que contribuirán al desarrollo de tu capítulo. Es muy importante que no descuides esta base de miembros y que permanezcas en comunicación constante, ya que esto permite el impulso para entusiasmar y motivar a tu capítulo. También es importante entrar en una rutina tan pronto como sea posible con tu capítulo para que la actividad en el Movimiento se convierte en una parte del estilo de vida de sus voluntarios.

Equipo Base

Encontrarás probablemente que cuando tienen lugar grandes eventos, una serie de voluntarios que no están muy involucrados en el Movimiento te ayudarán durante un período de tiempo, de una manera más activa. Sin embargo, los voluntarios más comprometidos que forman el equipo base para la planificación, serán los que se esfuerzan por llegar a todas las reuniones y están dispuestos a ayudar con todo lo que hay que hacer, sea de carácter protagánico, tal como el facilitar reuniones, o el trabajo de una naturaleza menos protagónica, considerado el trabajo sucio que nadie realmente disfruta haciendo, como entregar volantes durante los eventos.

Es este equipo base el que le permite al capítulo funcionar tanto en modo horizontal como holográfico. La distribución de tareas y responsabilidades lo más uniformemente posible a través de tu equipo base, ayuda tanto en facilitar el carácter horizontal del movimiento, y con el alivio de la presión que un coordinador puede sentir, sobre todo cuando se trata de grandes eventos o proyectos. También es una buena idea tener un propósito en la distribución de tareas entre el equipo base, de conformidad con los intereses y habilidades con el fin de proporcionar a los miembros con un sentido de "lugar" y "propósito" en el equipo, así como un sentido de responsabilidad y compromiso .

Debido aque el equipo base es la columna vertebral de tu capítulo, es importante contar con fuertes líneas de comunicación entre estos miembros. Aunque es poco probable que todo el mundo tenga óptimas relaciones interpersonales, es de gran importancia construir un sentido de espíritu de equipo y camaradería entre los miembros del equipo base, con el fin de que todos se sientan valorados y apreciados por el trabajo que ellos hacen, y tengan un sentimiento de disfrute en la relación con el resto del equipo.

Varias herramientas en línea ayudan al buen funcionamiento de las actividades del equipo base. Por ejemplo, el utilizar plataformas de comunicación y la planificación de proyectos como Open Atrium, es útil para la comunicación del equipo base y el desarrollo. El uso de sistemas de almacenamiento de archivos como Dropbox permite el compartir recursos útiles. Documentos de colaboración, tales como google-docs también son útiles tanto por la transparencia que ofrecen, como por la facilidad de la colaboración sin importar la hora o la ubicación.

Preocupaciones comunes y sus trampas:

Permanece flexible:

No todos los capítulos tiene éxito o mantienen su existencia una vez formados. A veces la persona que inicia un capítulo tiene que irse, o seguir adelante por diversas razones (ejemplo: salud, tiempo, trabajo, o se dan cuenta de que quieren apoyar a un grupo diferente, etc) La búsqueda de un nuevo coordinador, persona clave o equipo base sucede todo el tiempo, afortunadamente, no al mismo tiempo! Parte de la coordinación es entender que estos cambios son naturales y permitir que pasen, ya que los voluntarios van y vienen. El carácter horizontal del movimiento es un activo en el mantenimiento de la flexibilidad como una estructura que facilita la autonomía del equipo en el cumplimiento de las tareas necesarias de un capítulo activo. Un equipo base comprometido en un capítulo sano, de estructura horizontal, puede por tanto, mantenerse sin dificultad por un período de corto o largo plazo, si algún miembro tiene que tomar un tiempo de espera o seguir adelante, o adaptarse a cambios en la composición del capítulo con una mínima interrupción de la actividad.

Perturbadores:

No subestimes el poder de un usuario o miembro perturbador. Una persona que persiste en acciones que perturban en el tiempo, es conocida como “troll”. Desafortunadamente, no todos aquellos que se llaman a sí mismos “miembro” o “simpatizante” realmente apoyarán al capítulo en sus actividades, o tendrán una comprensión relevante de los materiales del MZ. Eventualmente te encontrarás con personas que continuamente irrumpirán tus reuniones de capítulo, foros, redes sociales o sitios web. Por lo general,

presionando por una causa externa, o por medio de ataques al enfoque de conciencia del Movimiento, o proyección de algún marco de referencia no relacionado (Ej: esto es comunismo, o necesitamos “votar” por estas cosas), o alguna otra noción tipo parche. Esto es conocido como “Ruido”, y nuestra intención es minimizar los niveles de ruido dentro de la estructura de nuestro capítulo ya que puede dispersar el enfoque de nuestros esfuerzos, y minimizar el nivel de la señal (la educación imprescindible hacia el público).

Nota respecto de ser un “miembro”:
Al referirse a sí mismo como un "miembro del MZ" se implica un acuerdo (a priori) con la dirección promovida. Esta declaración será útil si te encuentras luchando con un miembro "alborotador". Si tienes la intención de tener un foro, blog y/o sistema de comentarios, asegúrate de que tengas a alguien dispuesto a moderar las plataformas del capítulo. Lo último que quieres es una tribuna de ataques personales, material irrelevante, spam, etc confundiendo el mensaje. Esto no sólo afecta la imagen pública de tu capítulo, sino que también destruye la comunidad del capítulo y detiene la productividad.

Nota sobre los sitios web:
El sitio web en sí mismo no es tu capítulo, es sólo una herramienta. Tu capítulo real está hecho de personas. Un sitio web, no importa cuán bonito sea, puede o no ayudar a mantener y hacer crecer tu capítulo con eficacia. Si tienes una organización disfuncional con tu equipo base, esto inhibirá la manera en que se utilizan los recursos y se realizan las tareas.

En esta sección:

- 5.1. Tipo de Eventos
- 5.2. Encontrando Espacios
- 5.3. Reuniendo Materiales
- 5.4. Promocionando el Evento
- 5.5. Ejecución del Evento

Una de las mejores formas para que el capítulo local de la comunidad acceda a multitudes de personas y difunda la información del Movimiento Zeitgeist, es a través del activismo local en la calle, eventos comunitarios, ferias de la comunidad y festivales.

En cada ciudad hay muchos diferentes tipos de eventos que suceden durante todo el año y muchos de estos eventos son muy abiertos y receptivos a las organizaciones que tengan carácter humanitario o ambientalistas en base a sus ideas fundamentales y

principios básicos.

En este tipo de eventos no es raro compartir el día con otros grupos afines que tienen un fuerte deseo y compromiso de crear conciencia en una escala masiva.

Hay tres factores importantes a tener en cuenta al preparar a tu capítulo para estos eventos:

1. Los otros grupos que asisten a estos eventos ya están en la mentalidad correcta para la información que tienes y va a ser muy fácil hablar con ellos. Desde organizaciones por los derechos humanos y derechos de los animales hasta organizaciones políticas y ambientalistas. Involucrar a estas personas en la conversación es fácil y abre las puertas hacia gente que va a ser muy receptiva al Movimiento Zeitgeist.
2. Este tipo de eventos atrae multitudes, millares de personas que tienen una mente muy abierta, y en muchos aspectos ya han estado buscando muchas formas diferentes de información sobre una amplia gama de temas que son de naturaleza política y ambiental. No es difícil dialogar con estas personas. Al final del día, se llevarán a casa con ellos un DVD o un volante que tu grupo ha hecho. Ellos investigarán y verán el material y muchos de ellos compartirán este "nuevo hallazgo" de conocimiento en su círculo de amigos.
3. Serás una presencia visual dentro de tu comunidad. Muchas personas "o suscriptores" de tu capítulo se acercarán a tu stand para conocer "su" equipo de Zeitgeist. Muchos otros querrán saber cómo pueden involucrarse. Cuando la gente ve la película y se conecta con el mensaje tienen un fuerte deseo de participar. La gente quiere hacer algo. Sí, puede participar de los muchos foros en línea alrededor del mundo y hablar con otros que se han conectado con el mensaje, pero mucha gente quiere más. Quieren tomar acción. ¡Esto solo puede hacerse a nivel local!

Tu presencia como un capítulo dentro de tu comunidad, en las calles en estos eventos, es la oportunidad perfecta para que otros vean al Movimiento en acción. Es además una manera sólida para que la gente se sienta conectada a un vivir real, respirando seres humanos. Esto es algo que simplemente no puede lograrse “en línea”. Conectados como estamos con nuestra familia Zeitgeist en línea, en todo el mundo, no hay nada mejor que debatir los temas que estamos dedicados a difundir cara a cara.

Por ejemplo, muchas personas han visto la serie documental Zeitgeist de una u otra manera, y cuando esta gente se encuentre con TU stand Zeitgeist, sentirá una conexión instantánea y volverán a esos sentimientos que tuvieron inicialmente cuando vieron las películas. El stand local de tu capítulo Zeitgeist llevará este mensaje masivo de cambio en todo el mundo y lo colocará justo en su patio trasero. Es aquí donde el verdadero cambio ocurre: en nuestro propio “patio trasero”.

Ciertamente, este tipo de evento es bastante genérico y sucede en una forma u otra en la mayoría de ciudades de todo el mundo. Así que ten en cuenta que eventos similares se

repiten en casi cualquier ciudad o pueblo.

5.1. Tipo de Eventos

Reuniones de Capítulo

Estas reuniones tienen un carácter más serio y vinculante, con objetivos que deben cumplirse y decisiones que tomar. Por lo general, preceden a los grandes proyectos y eventos que el capítulo pueda iniciar. La ventaja de estas es que pueden desarrollar mucho más trabajo que un simple encuentro donde se dice mucho pero poco se hace o se documenta. Usualmente las reuniones ocurren cuando el equipo base de un capítulo excede los dos miembros y ya se encuentra activo.

Eventos de Calle

Cuando se ejecutan apropiadamente, estos son los más efectivos. Un nuevo capítulo en particular, pueden lograr un arranque muy rápido y efectivo haciéndose activos en su comunidad, simplemente "hablando con las personas".

Establecer un día en el centro de una ciudad congestionada o parque con buen tráfico peatonal en la calle te dará un día lleno de activismo que, incluso si se hace todos los días, siempre verá una corriente totalmente nueva de gente que se detiene. Basta con poner una mesa en una zona de alto tráfico y encontrarán que la gente está siempre lista y dispuesta a entablar una conversación amistosa. Muchas personas simplemente salieron un rato" o a dar un paseo. Les encantará el hecho de que algo de interés se les presente mientras caminan por ahí, se detendrán y leerán tus letreros y materiales, y entablarán una conversación contigo. De otra forma, esto no va a suceder. ¡Se puede hacer tan a menudo como todos los días, o más bien una vez por semana o una vez al mes! Especialmente para un nuevo capítulo, el sentimiento de lograr una manera efectiva de difundir información a gente totalmente nueva cada vez que están en la calle, hay gente que ni siquiera ha oído hablar del Movimiento Zeitgeist o de una Economía Basada en Recursos, va a ser muy emocionante, y será un factor muy importante en un nuevo capítulo para conseguir establecerse rápidamente. Además, tendrás el éxito inmediato de lograr lo que un individuo o grupo pequeño desea al iniciar un capítulo en primer lugar, que consiste en "¡tomar acción!" Y el costo es mínimo o gratuito (más allá de lo básico, por ejemplo: una mesa, folletos, DVDs, etc).

Otra técnica (utilizada con un éxito asombroso por el capítulo de Vancouver) es colocar unas pizarras en la calle con marco en forma de A. Estas detendrán a la gente en el camino y son verdaderamente buenas para iniciar una conversación. Mucha gente se detendrá y leerá tus pizarras y encontrará más fácil el conversar con el grupo. Esto es mucho más efectivo que agitar un volante a alguien que tiene prisa. Traten de tener tarjetas de presentación, folletos o incluso DVDs a disposición de las personas que muestran interés. Por si las dudas, ten las cosas de sobra. ¡Es sorprendente la rapidez con que puedes repartir todos tus materiales!

Encontrar un buen lugar para celebrar tu evento público propio al menos una vez al mes, le dará una base real a tu capítulo. Por lo general, un lugar de alto tráfico en el centro de la ciudad o área común es lo mejor. Lo más probable es que ya existe un lugar en tu pueblo o ciudad donde se han visto a otros grupos de activistas. Asimismo, las universidades o parques podían ofrecer grandes áreas. NOTA: Consulta las leyes de la ciudad o pueblo con respecto a cualquier restricción que pueda haber.

Exhibiciones Públicas (Proyección de Películas)

Conseguir un teatro o una sala con capacidad de proyección de video es la forma típica de crear una proyección. La información relevante y los documentales se pueden mostrar como una forma de transmitir la información en lugar de conferencias. Un ejemplo sería mostrar la película "Zeitgeist: Moving Forward" a un público que aún no ha visto la película. También existe una serie de conferencias del Movimiento Zeitgeist que pueden ser descargadas gratuitamente en formato DVD. Por supuesto, los materiales del Movimiento no son los únicos que se pueden presentar. Hay otros documentales socialmente relevantes que pueden ser parte del programa, por ejemplo “Collapse” (Colapso) por Michael Ruppert o “Diseñando el Futuro” por Jacque Fresco. Sin embargo, es esencial mantener el enfoque en El Movimiento Zeitgeist.

If an experienced (and confident) member is planning such an event or even just in attendance, it is a good idea to try to also involve the audience in a Q&A session about the Movement after the screening. Since the questions about what the Movement is, what it advocates, common misconceptions, etc., are quite common, this interaction with the public is very important, and because of this, the member who will answer the questions needs to be well prepared. If more than one member is available for the Q&A, it is fine to either divide the questions between yourselves, each provide some comment following each question, or simply use whatever technique you work most comfortably with.

Conferencias

Las conferencias son presentaciones formales realizadas por uno o más miembros para informar al público sobre un tema en particular. Estas conferencias siempre contienen un elemento oral, es decir, los oradores, a menudo confían en las herramientas audiovisuales, como una presentación de PowerPoint o una película, para hacerse entender y/o para resumir lo que se dice. Buenos ejemplos son las conferencias de Peter Joseph en Londres y New York: "¿Dónde estamos ahora?" y "¿Hacia dónde vamos?" Este formato es mejor utilizado en combinación con otros formatos, ya que las conferencias son una forma de intercambio de información básicamente unidireccional.

Foros Urbanos

Town Halls are periodic public awareness events conducted by regional or local Chapters, typically run indoors in a “hall” setting, with a seated participatory audience. Ideally these events occur monthly. Unlike “one-way” lectures that perhaps have Q&A

at the end only as a wrapup, Town Halls are, by design, “two-way”, being interactive from start to finish (beyond opening remarks and introductions). Based on proven effective standards through historic civil rights movements, the aim is to inform the public of the concepts and goals of the Movement and thus raise both awareness and support.

Los Foros Urbanos son, por definición, abiertos al público, todo el mundo en la comunidad local de la ciudad tradicionalmente es invitado a asistir. Por esta razón, las reuniones son siempre que se anuncie con suficiente antelación a través de el sitio web del capítulo, y cualquier otra forma de publicidad en la que el capítulo pueden querer participar. La gente asiste a los Foros Urbanos, no necesariamente para expresar sus propias opiniones, pero, como mínimo, a escuchar las respuestas a las preguntas de los representantes del Movimiento.

There are no specific rules or guidelines for holding a town hall meeting. If the turnout is large, and in a particular case the objective is to give as many people as possible an opportunity to speak, then the group can be broken down into smaller discussion groups. Each group, in that case, appoints someone to summarize discussion of their group. The flexibility of the meeting format allows for either maximum public participation via discussion or for comprehensive Q&A with an informed panel where it is desired.

Grandes Festivales Musicales, Conciertos

El resultado final: se trata de pura diversión! Con asistentes por lo general jóvenes y felices ¡por miles! Todos juntos por un día completo (a veces 2 ó 3 días) deambulando por ahí y muy abiertos a hablar de temas sociales e iniciativas como el Movimiento Zeitgeist.

El costo de este tipo de eventos varía. Depende de la duración del show, los actos que realicen, así como el tamaño, la ubicación y la notoriedad del festival. En todos los casos, no dudes en pedir el mayor descuento que puedas obtener. No hace falta decir que deberías tener derecho a los precios para organizaciones "sin fines de lucro", pero tómate tu tiempo para enfatizar el Movimiento y sus principios, el hecho de que todos somos voluntarios, y así sucesivamente.

Localización dentro de un recinto: Normalmente los vendedores, artistas y puestos de información se establecen a una buena distancia de los escenarios con el fin de dar a los participantes del evento un descanso de la música, y si se les da a elegir entre cerca o lejos del escenario, seleccionen siempre más atrás; sus cuerdas vocales se lo agradecerán. Mantener una distancia permite a los ofertantes la relativa tranquilidad que necesitan para hablar con los visitantes interesados en su stand.

Lo que necesitas: Por lo general, tendrás que llevar tu propio "kit", lo que es muy recomendable. De esa manera no hay sorpresas. También asegúrate de entender el contrato en cuanto a lo que se incluye. Por ejemplo, los eventos más grandes proporcionarán los elementos básicos, tales como una cubierta de tienda de campaña o

una carpa impermeable, un par de sillas y una mesa. Es muy importante hacer preguntas a los organizadores del evento para que tengas todos los detalles listos de antemano, de modo que no haya sorpresas el gran día.

Ten en cuenta que muchos de estos eventos, especialmente los más grandes, pueden ser reservados hasta con seis meses de antelación, y hacer tu reserva en el último minuto, probablemente te dejará fuera. Estos eventos se llenan rápido, ya que son muy populares y por muy buenas razones. Son divertidos y ofrecen el tipo de asistencia masiva que hace el hablar con cientos de personas, muy fácil.

Festivales Callejeros de tu Comunidad Local

El costo de estos eventos suelen ser muy bajo y puede incluso ser gratuito. Por lo general, es necesario suministrar tu propia tienda, mesa y sillas. La asistencia a este tipo de eventos puede llegar a varios miles, dependiendo de tu ubicación. Por ejemplo, el evento Car Free Vancouver atrajo a más de 160.000 personas en cuatro lugares, todos ¡en un solo día! El Car Free Festival 2011 marcó el 4º año del capítulo de Vancouver, en este evento y para citarlos, "siempre es una explosión total!" Esta y otras fiestas anuales similares suceden en la mayoría de las grandes ciudades. Busca en Google “festivales ”; ¡puede que te sorprendas de cuántos puedes encontrar!

Festivales Cinematográficos Locales

Cuando suceden en tu ciudad, estos son acontecimientos muy valiosos, ya que se basan en las películas que por lo general invitan a la reflexión y son socialmente relevantes. Si actúas de antemano podrías ser capaz tener "Addendum" o "Moving Forward" en su programa.

Congresos

Un congreso es una reunión - por lo general patrocinada por una corporación o similar - de adultos enfocados y/o profesionales que se reunen para hablar de algo de interés común en torno a un tema dado, por ejemplo, el medio ambiente. Puede durar varios días y por lo general incluye múltiples reuniones (dos sesiones generales y sesión final) y conferencias o exposiciones. Habitualmente, un gran número de asistentes viene desde muy lejos para estos eventos de varios días. Los precios pueden ser bastante elevados sólo para la entrada general, eso sin contar los costos de las intervenciones, y por lo tanto viable sólo para eventos especiales como ZDay (explicado más abajo).

Los capítulos del Movimiento Zeitgeist pueden estar involucrados en las conferencias de dos maneras diferentes. Es posible que, en primer lugar, se de el caso de que uno de los miembros de tu capítulo esté invitado a presentar en una conferencia celebrada por una organización o grupo de ellas, con similares ideas afines. En este caso, los conceptos, objetivos y el espíritu del Movimiento, además del MEBR se logrará con la preparación misma de la presentación. Si un capítulo se propone celebrar una conferencia por sí mismo, o en colaboración con otros capítulos, esto produce mucho más trabajo, pero es una opción viable para los capítulos con los recursos colectivos para hacerlo. También

puede ser un evento muy atractivo que atrae miembros de capítulos de todo el país, o incluso desde el extranjero, así como miembros de otras organizaciones o miembros del público. Todos los oradores de renombre pueden llegar a ser un atractivo importante en estos eventos y traen con ellos un público potencialmente más amplio de personas receptivas al mensaje del Movimiento. Sin duda vale la pena mantener una relación profesional y de colaboración con otras organizaciones debido a que el potencial de tales eventos puede dar lugar a un buen nivel de interés en los objetivos del Movimiento.

ZDay Anual

This is the original annual awareness event of the Movement, intended to be intellectual and educational in its approach. The hosting city for the “main” global event varies (New York City in 2009 and 2010, London in 2011, Vancouver in 2012), it is held in the mid-March time period, and local Chapters are invited to participate in remote parallel fashion. As your local Chapter grows it is important to continue to build on this annual event. Your event should include a number of activities and/or a combination of several types of events, such as street action, screenings, lectures, and Q&A. For more information and to register your local event, visithttp://zdayglobal.org/. Many Chapters are likely to start with smaller events such as screenings with Q&A, building up to larger events such as, perhaps, full-day conferences, as the Chapter develops in resources and capacity.

Zeitgeist Media Festival Anual

Siendo el más reciente evento Zeitgeist añadido a la lista de los eventos anuales a nivel mundial, ¡este es uno que no quieres que tu capítulo se pierda! Es artístico y festivo por naturaleza, y es una gran oportunidad para ofrecer un día de diversión, música e información al público en general en un formato de festival abierto. Al igual que ZDay (pero en los meses de verano del hemisferio norte), hay una ciudad anfitriona con un "evento principal" (Los Ángeles en 2011), y los capítulos locales están invitados a participar en forma paralela. Para obtener más información y registrar tu evento local, visita http://zeitgeistmediafestival.org/.

5.2. Encontrando Espacios

En la mayoría de los casos, un teatro o un salón serán suficientes para tu evento. Si vives en una gran ciudad, debe haber muchos espacios disponibles, por lo general bajo la forma de una sala de conferencias o un salón de conciertos. Si vives en una ciudad más pequeña, a menudo las instalaciones de una iglesia, teatro, biblioteca, o cualquier otro edificio público también se pueden utilizar. Siempre es bueno reservar con mucha antelación y asegurarse de que los materiales audio visuales necesarios también estén disponibles, sea a través de cualquier agencia de alquiler o similares.

Como regla general, debido a la naturaleza un tanto controversial de lo que propone el movimiento, la incomprensión y/o temor de las personas u organizaciones es frecuente.

Debido a esto, la comunicación es crucial. En lugar de tratar de describir en detalle de que se trata el Movimiento, es conveniente centrarse sólo en los conceptos básicos, expresados de manera genérica: que somos una organización que propone la sostenibilidad para ayudar a cambio de la sociedad para vivir de una manera más ecológica y social . Si la conversación se mantiene de forma fluida en estos términos, habrá menos probabilidades de generar desacuerdos.

5.3. Reuniendo Materiales

Obviamente, el dinero entra en juego cuando se trata de la adquisición de materiales. Estos son algunos consejos básicos sobre cómo adquirir los recursos, teniendo en cuenta lo que el Movimiento representa.

No pidas dinero, pide recursos

Una cosa importante a considerar cuando se trabaja en equipo es proporcionar los materiales juntos. En lugar de establecer un presupuesto, piensa acerca de cómo proporcionar los recursos para el evento. Por ejemplo, si necesitas un lugar para ejecutar el evento, consulta en tu comunidad, si alguien lo pudiese proveer de forma gratuita o por una pequeña compensación monetaria. Acuerden llevar alimentos y bebidas en lugar de comprarlos antes o venderlos durante el evento. Hay muchas maneras de trabajar juntos, y en algunos casos, es sorprendente cómo todos podemos contribuir con algo para el evento sin gastar mucho.

Sé muy transparente

En algunos casos, la situación anterior puede no funcionar tan bien como se esperaba. Si tienes necesidad de un presupuesto monetario, intenta lo siguiente: siempre calcular el costo de antemano, y ponlo como meta de las contribuciones de la comunidad o equipo.

Si estás recibiendo dinero en efectivo directamente, mantén un registro de los que han contribuido. Reembolsar todos los gastos que resultaron no ser gastados. Si la contribución se da a través de Internet, utiliza una aplicación o programa que le permita a todo el mundo ver tanto el objetivo como el importe percibido. Sé bastante transparente al indicar todos los gastos.

Financiación a través de fondos de gobierno / aportes para la cultura o similares

¿Por qué no utilizar el sistema para hacer algo bueno? Puesto que ya están pagando impuestos y contribuyendo a fondos como la cultura (en Canadá) y otros recursos gubernamentales, puedes solicitar financiación o subvención. Si pones juntos un buen plan y lo presentas a la organización local que se ocupa de la financiación de eventos educativos y culturales, existe la posibilidad de ser patrocinado. También en este caso, debes ser totalmente transparente. También es importante preparar tu presentación con suficiente antelación, muchas subvenciones pueden tardar varios meses en procesarse. NOTA: Para obtener dinero de la subvención en los Estados Unidos puede que tengas que crear una organización sin fines de lucro (ONG), estatuto 501 (c), que es

tedioso, consume tiempo y puede requerir el uso de un abogado experto en forma regular solo para empezar! Este modelo puede aplicarse a otros países, es posible que tengas investigar un poco.

Patrocinio y colaboración con organizaciones de ideas afines
Ponte en contacto con organizaciones locales o empresas que están desarrollando tecnologías o promuevan una dirección social consistentes con los objetivos de el Movimiento Zeitgeist. Si explicas el propósito del Movimiento y de un evento en particular, podrían estar interesados en patrocinar o participar en el evento. También puedes ofrecer un stand para presentar sus productos y tecnologías. Sin embargo debes dejar claro que el evento no se centra en la promoción de un producto comercial o la venta de nada.

5.4. Promocionando el Evento

Hay muchas formas de llevar adelante la promoción de tu evento. Trata de ser lo más creativo posible y pregunta en tu comunidad/equipo acerca de cualquier oportunidad que pueda haber para obtener herramientas gratuitas y/o materiales de promoción.

Redes Sociales

Facebook, Twitter, Google+, YouTube, MySpace, u otros populares espacios virtuales en tu región pueden ser usados para promover tu evento de la manera más masiva posible sin tornarte en un spammer. Úsalos al máximo, pero con discreción, y siempre respeta el entorno virtual que estás usando. Esta opción debe ser considerada esencial.

Boca a Boca

Se dice que el boca a boca es la forma más poderosa de propaganda, porque las personas confían más en sus amigos que una desalmada propaganda. Además es gratis. Pídele a tus amigos y en tu comunidad que corran la voz acerca del evento incluyendo a sus amigos, ellos también la pasan, etc. Combina esto con el poder de las redes sociales y lograrás resultados decentes. Esta opción debe ser considerada esencial.

Clasificados en Línea

Con respecto a esto, originalmente en Estados Unidos. pero ahora siendo global, nada mejor que Craigslist, Kijiji o Gumtree (o el más popular en tu país): conocidos por conseguir resultados, son gratis y tienen páginas para cada ciudad principal alrededor del mundo. Considera publicar tu anuncio una semana o dos antes de tu evento y luego actualizarlo un día o dos días antes. Cuando se trata de venta de entradas para tu evento (en USA) http://eventbrite.com/ (busca un servicio similar localmente), ofrece un doble servicio para tu evento, suministro de boletos de entrada (servicio gratuito para los boletos gratis y cargo por servicio para los boletos pagados) y promoción, lo que te permite evaluar el nivel general de interés.

Periódicos Locales (impresos o en línea)

Esto puede ser considerado como "la vieja forma" de publicitar, pero todavía tiene efecto. Por supuesto trata de conseguir el espacio publicitario más barato posible. Tu mejor apuesta sería un periódico socialmente consiente con una circulación local decente. En una nota relacionada, poner anuncios en el transporte público también es muy eficiente.

Boletín de Prensa

Un comunicado de prensa es una comunicación escrita dirigida a los miembros de los medios de comunicación con el propósito de anunciar algo de ostensible interés periodístico, como por ejemplo tu evento! Típicamente, son enviados por e-mail a los editores designados en los periódicos, revistas, emisoras de radio, estaciones de televisión y/o cadenas de televisión. Ahora, uno podría pensar que esta es una propuesta costosa, pero existe toda un nicho de sitios web que acojen estos boletines de prensa que son asequibles, y muchos de ellos ofrecen su servicio básico de forma gratuita o a un costo mínimo, por ejemplo, pr.com (en USA). Hay sitios que transmiten éste comunicado de prensa a muchas más fuentes de noticias en línea, que nos evita el trabajo de esta tediosa tarea, una vez más por un costo nominal, por ejemplo (en USA), pressreleasepoint.com

Medios del Movimiento Zeitgeist (Calendario, Noticias o Lista de Correos)

El sitio web del Movimiento Zeitgeist (global) te permite utilizar varias herramientas para anunciar los eventos a los usuarios registrados y visitantes del sitio. En cuanto a la página web del Capítulo Nacional, el evento puede ser anunciado en el calendario, publicado en la sección de noticias y también se envían a través del boletín de noticias. Probablemente lo mismo va para tu sitio web del capítulo local, si se ha desarrollado con estas características básicas incluidas. Esta opción debe ser considerada esencial, especialmente en el sitio web de tu capítulo.

Universidades y otras instituciones educativas

Otro público muy importante son los estudiantes. Por lo general son muy receptivos a información escéptica sobre el actual "sistema", y pueden encontrar interesante participar en tu evento. Asegúrate de comunicar a las universidades en un plazo razonable antes del evento y ver si ellos están dispuestos a permitir distribución de material promocional de tu evento en el campus. De lo contrario, puedes pedir permiso al consejo estudiantil para publicar algunos carteles en las áreas designadas pertinentes, y también puedes distribuir volantes en el frente de las universidades.

Actividades de Calle

Participar en acciones callejeras que conducen a un evento como una conferencia o una proyección puede ser eficaz. Con la configuración típica de activismo de una caseta de información o puesto con carteles colocados alrededor del marco, puedes obtener algunas personas interesadas al pasar, tener una charla rápida, y se van con el volante en la mano.

Medios Locales

Los medios de comunicación locales puede ser una buena manera de promocionar tu evento. Escribir una carta personal a todas las instituciones involucradas en informar sobre los eventos locales y no te olvides de los medios de comunicación independientes. Si tienes éxito en lograr que se escriba un artículo acerca de ti, esto ayudará enormemente a correr a voz, así como conseguir que las personas interesadas lleguen a tu evento.

Materiales de promoción

Tarjetas de presentación

Éstas son buenas y baratas para la rápida y fácil entrega de (o dejando) tu información de contacto y/o dirección del sitio web. El tamaño usual es de alrededor 85x55mm. Sitios web como vistaprint.com (en USA) ofrecen muy buenas ofertas en órdenes al granel de tarjetas de negocios (Busca uno similar en tu país). NOTA: ¡Siempre ten algunas tarjetas contigo para estar listo!

Volantes

Estos son buenos, ya que contienen información de eventos relevantes y otros detalles, así como los contactos, y son bastante baratos de hacer. El tamaño depende de la información que desees tener, sin embargo, el tamaño DL (100 x 210 mm ó 3.9 x 8.3") o en USA el tamaño estándar A4 (8.5 x 11") se utiliza con frecuencia. También puedes hacer trípticos; los cuales son mejores para grandes cantidades de texto y son los más utilizados en lecturas cuando las personas están esperando por el conferencista o los descansos. También pueden contener un aviso de un evento futuro con lo que es una buena manera de promocionarlo.

La distribución de volantes en la calle sin ningún contacto directo con la gente o explicación, no es aconsejable en lo absoluto. En estas situaciones, el volante por lo general, termina en la basura sin recibir ninguna atención de la persona que lo recibió. La mejor manera es hacer que la gente venga a ti y los recoja por su propia cuenta.

DVDs

Los DVDs pueden contener una o más de las películas de larga duración de Peter Joseph (Zeitgeist Addendum o Moving Forward), y/o una o más de sus muchas conferencias hasta la fecha. Normalmente se entregan durante un evento, no en la promoción de uno a uno. Consulta el Apéndice para obtener más información y consejos sobre DVDs.

Afiches (Carteles)

Los afiches o carteles pueden ser de cualquier tamaño. El tamaño A3 (297 x 420 mm ó 11.7 x 16.5") se recomienda por ser barato y sin embargo lo suficientemente grande como para hacerse notar. Cuanto más grande sea el cartel más visible es, sin embargo, más alto es el costo.

Pizarras de Calle

“Pizarras de Calle” are a larger variation of posters. These are large prints like A1 (594x841mm or 23.4x33.1”) set on one or both sides of “A” shape platforms, which sit right on the street or, optionally, on a table. An alternative to the A-frame approach is to simply attach a street board print to a flat panel, such as a section of thin plywood, or lightweight (pink) rigid foam insulation panel, and hang it.

Si imprimes en papel, lamína estas pizarras para hacer frente a la intemperie y hacerlas más duraderas. Alternativamente, podrías imprimir una pizarra de calle en vinilo. Una vez más (en USA), vistaprint.com ofrece precios muy razonables en ellos (a pesar de que los llaman banners verticales).

Pancartas (Banners)

Una gran pancarta (banner) de vinilo, también conocida como pancarta (banner) de autopista (aproximádamente 3' x 15' o 1x5 metros), es relativamente cara, pero también puede ser muy duradera si se maneja bien. Son geniales para tenerlas de fondo con el logotipo y el sitio web para tu puesto en la calle, o en la entrada de un lugar.

5.5. Ejecución del Evento

Lo más importante es que tú y todos los participantes disfruten y aprendan unos de otros, mientras que también se dedican a sus visitantes de una manera positiva y educativa. Aquí hay algunos pequeños consejos y recomendaciones para que tu evento fluya tan suavemente como sea posible:

Ten algún material de apoyo disponible

En un evento del Movimiento Zeitgeist debe haber una cantidad adecuada de tarjetas de presentación, folletos y/o DVDs para distribuir a tus visitantes, con la intención de que asimilen más información después en su propio tiempo.

Colecta materiales audiovisuales

Siempre y cuando sea posible, graba y fotografía los eventos para que puedan ser publicados, mostrar a otros lo que hace el Movimiento y fomentar la participación de los demás.

Miembros

Es muy importante que los miembros que estén presentes, tengan buenas habilidades de comunicación para que compartan las ideas que el Movimiento defiende.

Programación y Flexibilidad

Llega muy temprano el primer día, con el fin de dejar suficiente tiempo para los preparativos de última hora. Los visitantes pueden llegar temprano y si no ven a nadie, podrían irse.

Una vez haya comenzado, durante las horas del evento, si bien no hay necesidad de establecer un horario estricto, es imprescindible que el stand o cabina esté abierta en todo momento con por lo menos un miembro, así sea solo por seguridad. Aparte de esto, pueden informalmente ponerse de acuerdo sobre como se va a manejar el puesto. Por ejemplo, si tres miembros están presentes, tal vez dos puede manejar el stand y el tercero puede dar un paseo alrededor del lugar para la entrega de volantes.

Tómate el suficiente tiempo libre durante el día para las comidas, descansos biológicos, etc, con algún tipo de esquema de rotación. Después de todo, se trata de ganar experiencia e intercambiar información, esto no es una prueba de manejo del tiempo o de resistencia.

Asegúrate de que el lugar del evento sea atractivo

Asegúrate de tener y mantener un ambiente acogedor, amigable, limpio y estimulante donde intercambiar conocimientos. Queremos que los visitantes se sientan bienvenidos, no molestos o asustados de acercarse.

Asegura la integridad de la información

Procura que la información del Movimiento dada por ti y los miembros del equipo sea precisa y confiable, y que se comunique adecuadamente a tus visitantes. Asegúrate de que todos los visitantes comprendan que el movimiento está más interesado en las soluciones y no en los problemas.

Food & Beverage

Como siempre, el Movimiento prefiere el uso de recursos personales a alimentar el sistema monetario, así, suponiendo que esté permitido en el lugar, considera la posibilidad de llevar tu propia comida y bebidas para el evento, y promueve ésto mismo entre los asistentes. A menos que sea necesaria una pequeña ganancia en la venta de estos artículos para pagar el evento, compártelos y trata de ser lo más receptivo posible. Lo más probable es que esto lleve a situaciones de colaboración agradables, "romper el hielo" y definitivamente comenzar a producir un cambio en el estado mental de las personas involucradas.

Una excepción a esta alternativa de evitar el intercambio monetario, son las situaciones en las que es necesario generar una pequeña ganancia de la venta de alimentos y bebidas con el fin de pagar por el evento.

Toma Notas acerca del Evento al final

Tras su conclusión, considera tomar notas de lo que salió bien y qué salió mal durante el evento, un archivo de registro básico. En base a esto, considera lo que podría ser mejorado la próxima vez y compártelo con otros miembros activos, para que también puedan aprender de tus experiencias y conocimientos.

En esta Sección:

•6.1 - El concepto de “Tu Idea, Tu Proyecto”
•6.2 - Directrices
•6.3 - Metodología de Proyectos
•6.4 - Elaborando una Estructura de Proyectos
•6.5 - Organizando Voluntarios

Nota: Algunos de los contenidos presentados en esta sección se han tomado y adaptado del "Manual del Ciudadano", de Charles Dobson

6.1 - El concepto de “Tu Idea, Tu Proyecto”

El Movimiento Zeitgeist es un movimiento basado en el esfuerzo voluntario de los miembros, la mayoría de estos voluntarios tienen que lidiar con sus propias vidas y ocupaciones, que naturalmente incluyen estudiar, trabajar, la familia, los amigos, etc. No existe nadie en el movimiento que esté aquí proveyendo servicios de tiempo completo o a quien se le pague por hacerlo, incluso las responsabilidades más estresantes se mantienen por el mero esfuerzo de la gente que voluntariamente las realiza.

Si tienes una idea para un proyecto en el Movimiento, entonces automáticamente te posicionas como la persona responsable por ella, no los coordinadores de capítulos ni los administradores de proyectos. Por supuesto, eres libre de manifestar que no puedes organizarla o que no tienes tiempo, no obstante debes estar consciente de que es muy poco probable que alguien la desarrolle por tí, así que cualquier reacción emocional no te llevará a ningún lado.

La razón de manifestar algo tan obvio aquí, es que ha existido una extraña tendencia de parte de algunos miembros, a asumir que pueden volcar todo el trabajo duro que proponen en los ya estresados coordinadores, alegando que deberían hacerlo porque es "su trabajo ". Naturalmente, este nunca fue el caso y esto no es más que una lamentable falta de comprensión de cómo opera el movimiento.

Para reiterar un tema recurrente en este documento, la mayoría de coordinadores hace lo que hace porque vieron la necesidad o tuvieron una idea y trabajaron en ella por su propia iniciativa ofreciéndose para ello. Como miembro de un Movimiento basado en la contribución voluntaria, ésto no es diferente para ti. A saber: Tu idea, tu proyecto.

6.2 - Directrices

Los buenos gestores y coordinadores son la clave para la organización de la comunidad

a gran escala. No le dicen a los demás lo que deben hacer, sino ayudan a otros para hacerse cargo de lo que se necesita. No toman el centro del escenario, sino que le dan un codazo a otros en el escenario. Ellos no están interesados en ser "el líder", sino que tratan de hacer que la gente se convierta en su propio líder. Reconocen que sólo mediante la creación de "más líderes" se puede ampliar un esfuerzo organizativo.

En aras de la simplicidad, vamos a definir un líder como un miembro activo en lugar de uno reactivo o pasivo.

Crea un ejemplo

La mejor manera de que dispone un líder para mostrar lo que piensa y para asegurarse de que la otra persona tiene un punto de referencia precisa es la de crear un ejemplo. Los seres humanos son conocidos por aprender mucho al imitar la conducta de los demás o sus acciones. Para los proyectos más elaborados, un documento de propuesta que articule claramente tu idea también ayuda a otros a visualizarlo. Una plantilla de propuesta básica se proporciona en una sección posterior.

De esta manera reduces la posibilidad de contar con dos personas que piensan que están trabajando en lo mismo, cuando en realidad no lo están.

Divide y delega el trabajo

Dividan el trabajo o proyecto en trozos pequeños, y luego discutan cada trozo y acuerden quién lo hará. Asegúrense de que todo el mundo tenga la capacidad para llevar a cabo su tarea, entonces permítanles llevarla a cabo a su manera. Pidan a alguien que compruebe los progresos. La gente no se siente bien haciendo un trabajo, si a nadie le importa si se hace o no.

El fracaso en este punto (de dividir y delegar claramente) muy probablemente causará frustración o algo peor, debido principalmente al efecto de "difusión de responsabilidad".

Aprecia todas las contribuciones, no importa cuan pequeñas sean

Reconoce los esfuerzos de la gente en conversaciones, reuniones, boletines, etc., y agradéceles por ello. Aunque en un sentido igualitario verdadero, nadie debe sentir la necesidad de entregar o recibir gracias porque todos estamos trabajando en "un gran equipo", por así decirlo, mostrar gratitud es natural, y siempre brinda un poco de ego e inyección de confianza al receptor.

Las críticas constructivas son bienvenidas

Aceptar la crítica puede ser difícil para algunos, pero los miembros necesitan sentir que pueden ser críticos sin ser atacados. No hay que confundir la crítica constructiva sobre un tema determinado, con ataques personales.

Ayuda a la gente a creer en sí misma

Un buen gestor/líder refuerza la confianza de la gente acerca de que pueden lograr cosas que nunca antes han logrado. El optimismo inquebrantable de un gestor da energía a todo el mundo.

Inspira confianza. La gente no va a ayudar a aquellos en quienes no confía. Siempre mantén los más altos estándares de honestidad. Los buenos gestores no tienen ninguna dificultad para ventilar las dudas sobre sus propias limitaciones personales.

Recordar a las personas un propósito más elevado

A menudo la gente se ofrece como voluntaria para un propósito noble. Si desea iniciar u organizar algo, deberías ser capaz de articular este propósito, para mantenerlo como un faro que brilla intensamente cada vez que la ocasión lo requiera.

Cada vez que algo positivo se logra, celébralo como un ejemplo de lo que puede suceder cuando las personas trabajan juntas para el bien común, eso ayuda al grupo a sentirse bien acerca de sus esfuerzos.

Con el fin de mejorar esta "presentación frente a los demás" y fomentar la confianza en ti mismo en el futuro, deberían considerar formarse, para hablar en público (por ejemplo: Toastmasters Internacional). Nótese que éste no es un requisito, sino un bono.

Evita realizar la mayoría del trabajo

No trates de ejecutar el programa entero o hacer la mayor parte de la obra. Otros se involucrarán menos. Y tú te agotarás.

Infórmate e informa

Manténte y mantén informados a otros. Una vez que hay un avance en un proyecto, esta actualización debería transmitirse a todos los miembros pertinentes del equipo, especialmente aquellos que cuentan contigo para algo en un tiempo determinado. Al mismo tiempo, el simple hecho de hacer informes semanales o quincenales, dependiendo de la actividad del proyecto, puede ser crucial para mantener el paso hacia el éxito, no sólo para el proyecto en cuestión, sino para otras personas que dependen directa o indirectamente de él.

Básicamente, el simple acto de mantener todo tan actualizado e informado como sea posible, crea un ambiente de trabajo más dinámico y envolvente para todos los involucrados. Además, le da a los miembros una sensación de ser valorados, al ser informados y a su vez consultados acerca de sus propios avances.

Mantén el enfoque

Algunas habilidades son útiles para el éxito de un determinado proyecto o propósito, y hay otras que son esenciales, la concentración, es decir, el enfoque, es una de estas

habilidades esenciales.

La capacidad o disciplina en la concentración sobre la ejecución de una tarea es muy poderosa. Uno de los peores errores que puede suceder en este sentido, es sobrecargar un voluntario. Participar de demasiados proyectos simultáneos sólo sirve para dispersar su concentración o enfoque, lo que a su vez podría desencadenar en una pérdida de impulso o en el peor de los casos la pérdida del miembro. Es prudente revisar ocasionalmente que no exista una sobrecarga o un efecto abrumador. Si descubres que eso sucede, toma medidas para corregirlo, o considera la posibilidad de asignar la tarea a otra persona.

Sé paciente

Simplemente no se puede enfatizar lo suficiente en este punto. Vuelve a consultar la sección de Ser Realistas con las expectativas, parte de la sección Conceptos Básicos, arriba. No se puede demandar la dedicación o el rendimiento de primer nivel de alguien que está como voluntario en su tiempo libre.

Perder la paciencia sólo empeora las cosas para ti y para los demás: la paciencia no es una virtud, es una necesidad.

6.3 - Metodología de Proyectos

Un proyecto se compone de las siguientes características: se contempla con una meta o resultado en mente, se idea o planea estratégicamente, y entonces se ejecuta bien sea dentro de un marco de tiempo o en permanente desarrollo.

La Gestión de Proyectos se define como la disciplina de planificación, organización y gestión de los recursos para lograr la conclusión exitosa de las metas del proyecto y objetivos específicos.

La metodología de proyectos está constituida por 8 fases simples que se deben cumplir en su orden respectivo, para garantizar el éxito final y la maximización de los objetivos del proyecto.

Las “fases” son similares al Método Científico:
Fase 1 – Identificar un Problema Nuevo / Adoptar una Nueva Idea
Fase 2 – Investigación
Fase 3 – Planificación
Fase 4 – Estimación y Adquisición de Recursos (incluyendo recursos humanos)
Fase 5 – Delegar Tareas y establecer metas a alcanzar y/o plazos
Fase 6 – Empezar y periódicamente, comprobar el progreso y dirección, resolver los problemas encontrados (en función de la gravedad del problema podría ser necesario regresar a la fase 2 ó 3)
Fase 7 – Revisar el progreso general del proyecto (si los objetivos del proyecto no se están completando en forma oportuna podría ser necesario regresar a la fase 2 ó 3)

Fase 8 – Finalizar / Archivar.

6.4 - Elaborando una Estructura de Proyectos

Indicando el objetivo y el razonamiento
Para asegurar la claridad de un determinado proyecto en términos de metas y procesos existe una plantilla de propuesta establecida y recomendada, en la cual los requisitos mínimos son los siguientes:

Nombre del Proyecto: Se requiere un nombre consistente.
Miembro(s) Responsable(s): Informar quien(es) son el o los administradores del proyecto. La información de contacto debe ser incluida.
Objetivo: ¿Cuáles son las metas esperadas del proyecto?
Fundamentación: ¿Cuáles son las razones que destacan la necesidad de tal proyecto?
Descripción: ¿Cuál es el plan general o el proceso de desarrollo del proyecto con el fin de lograr los objetivos deseados?

El documento del proyecto debe tratar de describir los atributos fundamentales: ¿Qué? ¿Quién? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Por qué? ¿Cómo?

Tener el objetivo y la razón claramente establecidos, ayudará a atraer más voluntarios, asegúrate de que lo van a entender, y de hacerlos más pro-activos.

Énfasis en la planificación (fase 3)

La planificación (tareas, funciones, flujos de trabajo) es un proceso que a menudo se subestima al aproximarse a un proyecto. Sin embargo, esto es extremadamente importante, si no, el paso más importante en un proyecto, ya que el acto de la planificación juega un papel importante en la determinación del futuro éxito o fracaso del proyecto.

Un dicho común en la gestión del tiempo indica que "Cada minuto en la planificación ahorra 10 minutos en la implementación/acción". La realización de un plan sólido, con claridad y visión, es la mitad del éxito de un proyecto.

Las claves de un plan exitoso se pueden resumir como sigue:
(1) Definir las tareas y/o componentes
(2) Definir los objetivos específicos de las diferentes tareas
(3) Establecer prioridades
(4) Calcular los recursos necesarios

El plan debe ser lo más claro y sencillo posible para que cualquier persona - como un nuevo voluntario - lo puede entender.

6.5 - Organizando Voluntarios

Con un documento que describa el proyecto y algunos detalles de la organización, el siguiente paso es conseguir voluntarios para producir resultados positivos. Mientras que algunas técnicas diferentes se pueden utilizar dependiendo del contexto, un proceso muy básico es:

1. Agenda una reunión donde los miembros interesados puedan discutir el proyecto y hacer sugerencias, discutir los detalles, y abordar otras cuestiones importantes que pertenecen al proyecto.
2. Asegúrate que algunos roles específicos y/o tareas estén asignadas a voluntarios específicos.
3. Con el tiempo, realiza un seguimiento del trabajo que se está haciendo, envía recordatorios si es necesario, y si se justifica, charla con cada voluntario individualmente para asegurarte de que él comprenda su tarea. Si existe alguna duda, haz que te describan su tarea como verificación.

En esta Sección:

- 7.1 - Sacando el máximo provecho de las reuniones
- 7.2 - Manteniendo a la Gente
- 7.3 - Problemas comunes y sus peligros

Nota: Algunos de los contenidos presentados en esta sección se han tomado y adaptado del "Manual del Ciudadano", de Charles Dobson

7.1 - Sacando el máximo provecho de las reuniones

Facilitar

Un papel importante en un capítulo determinado, en cualquier nivel es la capacidad de facilitar las reuniones, ya sean físicas o en línea. El papel del facilitador es el de facilitar el proceso de las reuniones para obtener un óptimo resultado para todos los involucrados en el proceso de llegar a decisiones. Un buen facilitador es útil cuando un grupo está tratando de abordar las cuestiones nuevas o difíciles. En general, un facilitador ayuda a las personas a perseverar cuando se enfrentan a la inevitable confusión y frustración asociada con el intento de integrar diferentes puntos de vista y enfoques con los suyos. Cuantas más personas aprenden a facilitar, tanto mejor. Si aceptas el papel de facilitador tú debes ser neutral. También debes utilizar las siguientes técnicas:

Fíjate en las vibraciones del grupo

Si la gente parece aburrida o distraída, puede que tengas que acelerar el ritmo de la reunión. Si la gente parece tensa debido a los desacuerdos no expresados, puede que

tengas que sacar las preocupaciones al descubierto.

Asegúrate que todos tengan la oportunidad de hablar
Invita a la gente pasiva a hablar. Si es necesario, utiliza el reloj: "Nos quedan quince minutos. Creo que debemos escuchar por un momento a las personas que aún no han hablado". Otra forma de hacer que la gente tranquila hable es iniciar una ronda, que se mueve alrededor de la mesa, con todo el mundo obteniendo unos minutos para presentar sus puntos de vista.

Fomenta discusiones abiertas
Trata de animar a la gente a hablar si se muestran reacios a estar de acuerdo con un orador: "En cuestiones difíciles, la gente suele no estar de acuerdo. ¿Alguien tiene un punto de vista diferente?". Otra forma de fomentar el debate abierto es pedirle a los participantes que eviten el uso de lenguaje crítico por un período de tiempo.

Atrae a las personas con preguntas abiertas
Las preguntas abiertas requieren más que un sí o no como respuesta. Algunos ejemplos:
"Parece que estamos teniendo problemas aquí. ¿Qué crees que debemos hacer?"
"¿Podrías decir más sobre eso?"
"¿Qué quieres decir cuando dices ...?"

Inyecta humor
El humor es una de las más efectivas formas de mejorar el tono de las reuniones. Esto le da un toque amistoso a las reuniones, como tertulias.

Parafrasea
Al parafrasear, intenta repetir brevemente el punto que alguien acaba de mencionar: "Déjame ver si estoy entendiendo correctamente...". Si al parafrasear no convences a una persona que él o ella ha sido escuchada, tal vez tengas que reconstruir la discusión, repetir lo que se dijo textualmente, etc.

Aprende a lidiar con comportamientos difíciles:
Discusiones acaloradas — Cuando dos miembros entran en una acalorada discusión, resume los puntos planteados por cada uno y luego gira la discusión de nuevo al grupo.
Grandilocuencia — Interrumpe el espectáculo de una sola persona con una declaración que de crédito por su contribución, pero pide a la persona reservar otros puntos para más adelante.
Disco rayado — Parafrasea la contribución de una persona que repite el mismo punto una y otra vez. Esto permite que la persona sepa que ha sido escuchada.
Interrumpiendo — Intervén de inmediato. "Espera, deja que Javier termine lo que tiene que decir".
Críticas continuas — Legitíma los sentimientos negativos sobre cuestiones difíciles. Podrías decir: "Sí, va a ser duro reducir la congestión del tráfico en la Avenida Principal,

pero hay modelos exitosos que podemos revisar".

Identifica áreas de interés común
Resume las diferencias en los puntos de vista, a continuación, haz notar que existe un terreno común. Por ejemplo, puedes comenzar con, "Parece que estamos de acuerdo en eso..."

Sugiere opciones cuando el tiempo se está acabando
Identifica las áreas de consenso parcial, sugiere la presentación de la pregunta, o crea pequeños grupos para tratar el asunto a su conveniencia.

Considera una ronda al final de la sesión
El ir rápidamente alrededor de todo el grupo al final de la reunión da a la gente una oportunidad para mostrar temas que no están en la agenda. También se puede utilizar una ronda para evaluar la reunión. Con más de diez personas, sin embargo, una ronda puede ser tediosa.

7.2 - Manteniendo a la Gente

La gente se adhiere a grupos comunitarios para conocer gente, divertirse, adquirir nuevas destrezas, perseguir un interés propio y para conectar sus vidas a un propósito más alto. Y se van si no encuentran aquello que están buscando. Los grupos necesitan preguntarse a sí mismos más a menudo: ¿Qué beneficios proporcionamos? ¿A qué costo para los miembros? ¿Cómo podemos aumentar los beneficios y reducir los costos? Aquí están algunas ideas sobre por dónde empezar:

Mantener el contacto unos con otros
El contacto regular es vital. Cara a cara es lo mejor. Si tienen la posibilidad de reunirse, juntarse en casa de alguien es más sociable que reunirse en un lugar público o un salón, y suele ser más propicio para llevar las cosas a cabo. Dicho esto, si un lugar de encuentro central es mejor logísticamente tal como un restaurante o bar, eso está muy bien también, aunque podría ser un poco más ruidoso.

Da la bienvenida a los recién llegados
Preséntalos a los miembros de tu grupo. Considera la posibilidad de nombrar anfitriones para las reuniones y grandes eventos.

Ayuda a la gente a encontrar un lugar dentro de la organización. Por ejemplo, si un miembro se muestra "entusiasmado", pero con su motivación fuera de foco, un enfoque atractivo, es decir, "Dinos lo que te gusta hacer y haces bien y vamos a encontrar una manera de utilizar esos talentos". Otra frase atrayente para decir (que también estimula

la auto-gestión) es: "Aquí están algunas de las cosas que tenemos que hacer, pero cómo conseguir que se hagan depende de ti".

En resumen, que sea un punto de invitación a los recién llegados a ser más autónomos y pro-activos. Si las mismas personas hacen todo, los recién llegados se sentirán excluidos.

Pon atención al proceso de grupo
La mayoría de los grupos de voluntarios no dan la debida atención a la forma en que trabajamos juntos. Los métodos de toma de decisiones no están determinados de forma explícita, ni tampoco los roles o comportamientos saludables. Para solucionar esto, algunos grupos hacen del proceso en sí mismo un tema de discusión mediante el nombramiento de un "vigilante del proceso".

Actúen más, reúnanse menos
La gran mayoría de la gente, detesta las reuniones, demasiadas, son la “Muerte Negra” de los grupos comunitarios. En comparación, las actividades como la siembra de árboles atraerá un gran número de personas de todas las edades. Por lo tanto, es perfectamente aceptable programar las reuniones sólo cuando un determinado proyecto o evento necesita planificación. Tales reuniones "a la carta" son una forma natural de facilitar las reuniones programadas regularmente por los capítulos, siempre y cuando decidas que esas reuniones regulares son necesarias. El capítulo se puede seguir reuniendo regularmente para eventos sociales, proyecciones, talleres, activismo basado en calle, etc., sin sentirse abrumados por la formalidad de las reuniones.

Mantén modestas las exigencias de tiempo
La mayoría de las personas tienen vidas muy ocupadas. No les pedimos que vengan a las reuniones si no es necesario estar allí. Mantén la expansión del número de miembros activos para garantizar que todo el mundo hace un poco, y nadie hace demasiado.
Trabaja con plazos de tiempo realistas para los proyectos

Háganlo entre dos
Sugerimos trabajar en parejas. Eso mejora la calidad de la comunicación, hace el trabajo menos solitario y asegura el cumplimiento de las tareas. Parejas étnicas mixtas, (por ejemplo, Inglés y Chino) pueden mantener vínculos con diferentes culturas. Parejas de ambos sexos pueden tomar ventaja de las diferentes formas en como los hombres y las mujeres se relacionan entre sí. Puedes experimentar con otros tipos de parejas.

Provean actividades y tiempo para socializar
El trabajo sin fin ahuyenta a la gente. Programen un tiempo social al principio y al final de las reuniones. Transforma las tareas de rutina en eventos sociales. Algunos grupos activistas podrían formar un grupo de amigos y, a veces planear salidas o cenas.
Nota- Si hay temas formales en el orden del día, es en el mejor interés de todos (y hace a

una reunión más productiva) el esperar hasta el final de la reunión para tomar las bebidas u otro tipo de aperitivo.

Provean entrenamiento
Muchas personas salen de la vida privada con el fin de aprender algo que les gusta. Proporcionar capacitación y/o pautas de formación en el activismo, es una de las mejores maneras de obtener y mantener a la gente.

7.3 - Problemas comunes y sus peligros

Esta sección tiene como objetivo llamar la atención sobre los peligros comunes o problemas que puede enfrentar un capítulo, a partir de los problemas que han ocurrido en el Movimiento. Preste atención, más vale prevenir que lamentar.

Grupos de Interéses Especiales
Sean amigos con otros grupos de activistas, incluso consideren hacer eventos conjuntos "afines" juntos, pero no formen alianzas complejas o se volverán dependientes de ellos. La mayoría de grupos de activistas existen como resultado del sistema monetario actual, e intencionalmente o no, muchos están atrapados en ese paradigma y por lo tanto sus filosofías pueden ser fundamentalmente contrarias al criterio del MEBR del Movimiento mundial.

Por desgracia no es raro que tales asociados "apunten" a los miembros del capítulo como reclutas para su causa e ignorar la nuestra en el proceso. En este sentido debemos enfocarnos siempre en las soluciones más eficientes y con mayor proyección a largo plazo evitando soluciones temporales o parciales, y mantenernos cerca de los conceptos y principios bien establecidos del Movimiento Zeitgeist. Esto no significa, por supuesto, impedir el aprendizaje de otras organizaciones, sin embargo, es simplemente una cuestión de mantener un equilibrio en el que la colaboración y el aprendizaje no se conviertan en trabajar en nombre de otra organización y/o elementos de sustitución de principios fundamentales del Movimiento con los suyos.

Los capítulos también puede recibir algunas respuestas menos que agradables de la comunidad activista, algunos por temor a la pérdida de sus propios miembros o de una desaceleración en los nuevos reclutas, y otras que están tan fuertemente identificados con su propia organización o agenda, que rechazan a todos los demás, en lugar de buscar un terreno común o la colaboración.

Conflictos Interpersonales
Para simplificarlo, siempre refiere al Movimiento Zeitgeist para resolver conflictos, puesto que tenemos fuertes metas en común. Mantén estrategias sencillas. Pueden surgir

peleas por el "poder" así que siempre esfuérzate por mantener una actitud amable y profesional. Si surge un conflicto EVITA DISCUTIR EN PÚBLICO, especialmente en un foro. Las resoluciones y discusiones deben ocurrir en privado o en reuniones virtuales moderadas por una tercera persona. Sigue siendo profesional y nunca hagas nada extremo o cargado de emociones.

Desafíos a la privacidad

Ten en cuenta que los principios más fundamentales del Movimiento están abiertos a posible abuso, o por lo menos, apropiación indebida, en los casos en que un individuo insatisfecho o grupo puede tener problema con un individuo, grupo, plan o proyecto. El principio central de la "transparencia", aunque vital para el funcionamiento horizontal del Movimiento, es potencialmente propenso a ser abusado con el argumento de que no debe haber privacidad, que todos los asuntos grandes y pequeños deben estar abiertos y votar/actuar "democráticamente" entre todos los miembros, y así sucesivamente. Es importante reconocer qué asuntos deben ser tratados abiertamente, o si de hecho, requiere un poco de privacidad, como en algunos casos de resolución de conflictos. No permitas que te arrastren a debates públicos inadecuados, con la bandera de la transparencia. Toda persona tiene derecho a cierta privacidad, especialmente con respecto a sentimientos, opiniones y decisiones acerca de otra persona. Donde está esa línea (es decir, lo que constituye una muy legítima cuestión de amplia escala contra sólo una desalineada agenda personal) es una decisión de tu parte. En caso de duda sin embargo, de nuevo, siempre buscar el asesoramiento del Movimiento.

Extremismo

Este es un movimiento/comunidad para todos. No aísles a tu grupo al restringir el activismo de ciertos grupos de personas. No se asocien con el alcohol, las drogas, el comportamiento ofensivo o doctrinas de miedo. Siempre mantén el grupo abierto a todo tipo de culturas y personas de todas las edades. Sé positivo y centrado en las soluciones. Brinda a la gente un mensaje de esperanza y ofrece soluciones empíricamente verificables y demostrables.

Muy poca diversión

Los activistas de corazón se divierten cuando están juntos. Muchos disfrutan burlandose de la gente en el poder. Las personas que toman las cosas demasiado en serio, pueden convertir cualquier tarea en una odisea. El trabajo conjunto debería sentirse más como recreación que como trabajo, sin importar la gravedad del problema. Aquellos que entienden el compromiso ciudadano, hacen énfasis en la importancia de divertirse sobre cualquier otra cosa.

Mucho énfasis en la organización, muy poco en la misión

Con la esperanza de organizarse mejor, muchos grupos pequeños crean mini-burocracias que terminan agotando a todos. A menudo, tanto esfuerzo encausado hacia mantener

dicha organización deja poca energía para luchar por los objetivos que, en primer lugar, dieron lugar a la organización. Mantén las tareas administrativas a un mínimo esencial.

Muchas reuniones, poca acción
La mayoría de la gente prefiere actuar en algo concreto en lugar de sentarse en una reunión para discutir o “tratar de llegar a un consenso”. Algunas reuniones son realmente necesarias, pero traten de hacerlas espaciadas, de corta duración y con un pequeño número de participantes.

Un caso similar es demasiada crítica y poca creación. Cada grupo activista necesita generar opciones para la acción. Para hacer esto bien, los participantes necesitan apagar su "Voz de Juicio" y cambiarla por una tormenta de ideas. Lamentablemente, cuando las personas se juntan en una reunión, encienden su "Voz de Juicio" como preparación para la toma de decisiones. Si las personas permanecen dentro de esta punto crítico, generarán pocas opciones para la acción; nada se hará y nadie se divertirá.

Mucha gente
Por poner énfasis en involucrar a más y más gente, muchas personas sienten que los grupos grandes son mejores que los grupos pequeños. Esto es un error. Un grupo de trabajo no debe exceder nueve personas. Este es el límite superior de lo que los sociólogos denominan ‘grupo primario’. Un grupo pequeño no evita que se trabaje bajo los auspicios de una organización mayor, tampoco impide la comunicación con una mayor cantidad de gente a través de redes electrónicas, eventos especiales y convenciones anuales.

La Gente Equivocada
Dado que construir un movimiento implica trabajar con otros, la mayoría de la gente asume que se debería aceptar a cualquier persona interesada en unirse. Sin embargo, este impulso puede llevar a un rápido declive. Pocos están dispuestos a admitir lo que es obvio en cualquier grupo: algunas personas son los activos y otros los pasivos.

Si bien cada grupo puede manejar una pequeña parte de las personas que estan enojadas, o son muy combativas, o muy controladoras, o muy solitarias, a medida que se incrementa el número de estas personas, la gente competente, amigable, equilibrada se empieza a alejar. Conforme aumenta el desequilibrio, incluso más gente se va hasta que el grupo es reducido a un residuo desalentador. A fin de evitar esto, debes estar mentalmente preparado para tomar las riendas desde el principio, en la primera señal de problemas, cuanto antes mejor, especialmente con personas negativas. Por ejemplo, para un "troll" enojado obvio, una respuesta tácita y cortés aquí podría ser: "Parece que no estas del todo de acuerdo con lo que el Movimiento hace aquí. Tal vez haya otras organizaciones que se alineen más con tus puntos de vista", o algo similar compatible con tu temperamento.

Muy poco contacto
Es muy difícil para la gente mantener una relación de trabajo cuando se ven el uno al otro cada mes. Al crecer la actividad en el grupo, una vez por semana puede ser mejor, no solo porque es más frecuente sino porque calza con la manera en que la gente planifica sus actividades. Si el contacto directo regular es difícil, llamadas telefónicas regulares, correos electrónicos o reuniones virtuales (como TeamSpeak) podrían funcionar como un substituto.

Muy poco tiempo
La mayor barrera para la participación en la vida pública es la escasez de tiempo libre. En las economías de mercado en declive la gente pasa la mayor parte de su tiempo trabajando y consumiendo, dejando poco tiempo para sus amigos y familiares, y no hay tiempo para la participación cívica. En las economías de mercado en declive, esas mismas personas pueden tener el tiempo pero no el dinero, ni siquiera para el pasaje o para gasolina. Una vez más, ésta es una condición inherente del "esclavo asalariado" del presente Zeitgeist que todos debemos enfrentar.

Muy a corto plazo
Si un grupo se ha unido para lograr un fin particular, los participantes tienen que darse cuenta de que mantener la presión durante un tiempo prolongado es esencial. Las expectativas de una rápida victoria tienen que refrenarse para entender que los opositores al cambio tienen éxito más a menudo sólo porque aguantan más tiempo. Ellos saben que si no se mueven, la mayoría de los activistas se desanimarán y retrocederán a su vida privada. Los grupos de ciudadanos necesitan mantener su entusiasmo y reconocer que si su causa es justa, de hecho se impondrá. Como dijo Gandhi: “Primero te ignoran, luego se ríen de ti, después te atacan, entonces ganas”. Pero toma tiempo.

Los objetivos sobrepasan los recursos
Grupos de nueve o menos a menudo pueden manejar sus recursos personales. Pero conforme se incrementa el tamaño del grupo, un desabastecimiento de dinero y tiempo a menudo llevan a un declive en espiral. Sin un grupo de trabajo pagado, no hay a quien se encargue de mantener a la organización, y nadie para entrenar, administrar y recompensar a los voluntarios. Mientras la gente va desapareciendo, muchos líderes activistas potenciales se desgastan tratando de hacer más y más por sí mismos. Una falta de recursos no significa que hay que rendirse. Significa inventar formas astutas de usar el tiempo, las conexiones y las habilidades.

En resumen, limitar el tamaño del grupo, asegurarse que los miembros disfruten la compañía del otro, divertirse, evitar desgastar los recursos y no quedarse atascado en cosas de poca importancia.

En esta Sección:

- 8.1 -Sitios Web de Capítulos
- 8.2 - Activismo de Calle
- 8.3 - Protestas
- 8.5 - Recaudación de fondos

8.1 -Sitios Web de Capítulos

Cada sitio web de capítulo debe contener:
- Un enlace al sitio web global en algún lugar de la página (www.thezeitgeistmovement.com)
- Una sección “Acerca de” que refleje quienes somos y lo que se puede esperar del sitio web en términos de la información que contiene.
- Una forma de contacto visible o correo electrónico de contacto disponible en el sitio web.
- Una sección con contenido adicional como Conferencias, Podcasts, Documentos, etc.
- Una página para subcapítulos e información básica sobre como crear uno nuevo (puede ser tan simple como publicar una descripción básica y una referencia hacia una dirección de correo electrónico)
- Tener enlaces hacia la guía y el video de orientación notoriamente visibles en el sitio.
- El Copyright debe contener una licencia: “Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual”. (Revisa el copyright del sitio web global como ejemplo).
- Al menos una manera de transmitir actualizaciones importantes y/o eventos futuros (Blog, Aplicación de Calendario, Lista de Correos, etc)
- Logo y nombre del sitio debe identificar claramente el Movimiento.
- El diseño debe verse decente.
- Sin publicidad o pop-ups.

Para sitios web de otros capítulos o cualquier medio virtual similar, los siguientes requisitos:
- Un enlace a la página web mundial y el sitio web oficial o capítulo nacional en algún lugar de la página
- Una forma de contacto visible o correo electrónico de contacto disponible en el sitio web.
- Al menos una manera de transmitir actualizaciones importantes y/o eventos futuros (Blog, Aplicación de Calendario, Lista de Correos, etc)
- Logotipo y nombre debe identificar claramente el Movimiento.
- Sin publicidad o pop-ups.

8.2 - Activismo de Calle

Básicamente, el activismo de calle en sí mismo, debe ser lo más objetivo, calmado y amigable posible, y el mensaje del Movimiento debe ser transmitido con integridad y claridad. Por ejemplo, uno podría buscar el transmitir información y describir conceptos como el consumo cíclico, el método científico, MEBR, etc.

En general, coopera siempre con la policía. Fuera de estigmas, están ahí para protegerte. Si conversas con ellos de forma amigable, puede que algunos de ellos incluso hayan escuchado de, o apoyen al Movimiento.

8.3 - Protestas

El Movimiento Zeitgeist es un movimiento social/educativo y no participar en ninguna protesta o manifestación como medio para transmitir el mensaje central. Esto es simplemente ineficaz y no aborda el problema de raíz. En otras palabras, puede ser noble, pero no va lo suficientemente lejos. Así, tanto las acciones de protesta puedan parecer emocionantes y excitantes, "de alta energía", no deben llevarse a cabo en nombre del Movimiento Zeitgeist.

Dicho esto, se alienta al Movimiento a estar presente en protestas pacíficas y socialmente relevantes. La conducta desplegada por los miembros que representan al Movimiento debe ser de una postura informativa y educativa, no de protesta o sarcasmo. Una estrategia que se sugiere es la creación de puestos de información en las zonas periféricas, a una distancia segura de la acción de protesta central. Esto puede ser respaldado por un equipo móvil de activistas que deambulen por la zona con calma y se acerquen a la gente, hablan con ellos, entreguen volantes, etc.

Si alguien que resulta ser un miembro del Movimiento opta por unirse a la protesta por sí mismo, por derecho propio como individuo, deberá asegurarse de no ser identificado como un activista del Movimiento y ser consciente de que no puede representar al Movimiento en ese momento. En concreto, se debe evitar el uso de material de promoción del Movimiento, como camisetas, carteles, pancartas, etc. Tampoco debe hacer referencia a la estructura nacional/global, y nunca comunicarse usando la primera persona del plural: "nosotros".

En el caso de violencia física, cualquier activista del Movimiento debe alejarse de la escena y no debe participar en ningún tipo de violencia verbal hacia ningún grupo en particular.

8.5 - Recaudación de fondos

Como regla global, el Movimiento opera en base a dedicación de tiempo y no a dedicación monetaria. A ningún capítulo se le permite tomar donaciones directas y abiertas. La frase "donaciones abiertas" se refiere a solicitar donaciones sin un propósito específico del por qué de la recolección de dinero. Por ejemplo, donaciones recogidas para el "soporte del Movimiento", es muy vago, sin un fin específico y no ofrece transparencia. Sin embargo, un proceso de obtención de dinero para una necesidad particular, en un tiempo dado, con el propósito expreso de "rentar un teatro" para evento programado y por venir, por ejemplo, permite saber claramente a donde irá el dinero, es transparente y por ende, es información que les permite tomar la decisión de donar o no.

En general, , el Movimiento opera deliberadamente en base a contribución personal en la forma del modelo de voluntariado. Sin embargo, hay dos excepciones básicas en relación que esta restricción monetaria. Dado que los sitios web cuestan dinero para funcionar, es aceptable ofrecer simple mercancía. El sitio web global, por ejemplo, ofrece una sola camiseta para ayudar a compensar los gastos administrativos y de alojamiento. Cada capítulo está autorizado a ofrecer también una camiseta personalizada o algo similar. Sin embargo, cualquier "exceso" de comercialización se cerrará, si se presenta un caso de abuso. Este tipo de decisiones se toman por consenso en la administración internacional/global.

La segunda excepción es cuando se requiere un proyecto temporal específico que necesita fondos. Por lo general, se espera que dicha financiación venga personalmente de un individuo o grupo de individuos que trabajan con el capítulo directamente. En el supuesto de que esto no suceda, un sistema temporal de donación totalmente transparente se puede poner en marcha, para satisfacer las necesidades de ese proyecto.

Consejos de Coordinadores

- Consejos en DVDs

Consejos de Coordinadores

"En primer lugar, me he vuelto muy consciente de la amplia diversidad en los niveles de comprensión de la gente en general y su capacidad de comprender las razones de la dirección del MZ. En relación con esto, he llegado a reconocer que muchas personas se sentirán atraídos por el MZ por un amplio número de razones, pero muy pocos serán capaces y estarán dispuestos a captar la dirección de base. Estos pocos son los que formarán los equipos base con el tiempo, espero. Mientras tanto, hay tantas tareas que

necesitan realizarse y tan pocas las personas con los entendimientos necesarios, las habilidades, las oportunidades y la motivación. Así que mi consejo es que no se desanimen. Si lo consigues, los demás también lo harán. Esos son los que estás buscando. El resto de las personas están allí para ser educados de una manera u otra, y van a encontrar su propio nivel de participación. Como coordinadores, nuestro papel es el de satisfacer las diversas necesidades de todas las personas que se sienten atraídos por el MZ, basados en su propio nivel de comprensión y compromiso, manteniendo el foco del objetivo actual del MZ, es decir, divulgar el conocimiento lo más ampliamente posible, con el objetivo de alcanzar masa crítica."

Por Gary Kent

"En caso de que estés por tu cuenta, con ganas de iniciar un capítulo y que te preguntes acerca de soporte y capacitación... los nuevos coordinadores pueden acercarse a otros coordinadores en busca de ayuda. Busca en coordinadores exitosos o capítulos activos, guías de organización, de que manera conducen su capítulo o ideas para el diseño de tu página web. Hubo algunas personas que me ayudaron en la creación de nuestro sitio web y su alojamiento. Coordinadores como Jen, Darr, Cliff por nombrar unos pocos, pero hay muchas más personas disponibles y calificados, ya que es posible que tengas poca experiencia en el lanzamiento de un capítulo, a pesar de que tengas las habilidades requeridas para coordinar un capítulo.

Over 2 years ago, when this chapter started, I had problems with disruptive personalities and conflicts with people in the process that resulted in unnecessary drama I was unprepared for, and I lacked training on social therapy. There were many of the “Problemas Comunes” mentioned above especially a club or hang-out/social mentality, making it difficult to plan events. Seek advice or private mediation if this is the case so you can focus on activism and organization. After everything calmed down, being a coordinator has been a good experience and we’ve moved along nicely.

Un buen objetivo para un nuevo capítulo sería tener un evento de activismo (Foro Urbano o activismo de calle) al mes y las reuniones regulares en TS3, para ser coherente. Yo diría que la consistencia ha sido nuestro lema. Cuando la gente ve que algo está pasando serás capaz de desarrollar un equipo base de 2 - 8 personas que ayudarán.

Yo coordiné sola por 16 meses. Ahora tenemos un equipo base de 4 miembros y un capítulo en la Universidad (ASU). Por lo tanto, está dispuesto a "dar la cara", aunque nadie más lo haga. Sí, eso me ha pasado a mí un par de veces. Con el tiempo, harás bien si estás dedicado a educar a la comunidad en esta dirección."

Por Jamison Small

Aprovecha las oportunidades para promover los intereses de seguidores, en la

construcción de la conexión social entre sí. Fomentar proyectos que van más allá de activismo de calle con el fin de mantener los partidarios activos.

Por Jesse Gravenor

"En primer lugar, conoce la necesidad de comprometerse, y luego comprométete. Si estás trabajando en un empleo a tiempo completo será más difícil que si tienes más tiempo libre. Involúcrate con otros grupos como "Occupy" y comparte la influencia de las ideas presentadas por el ZM. No trates de cooptar al reunirte con otros movimientos. La evidencia habla por sí misma. Tu trabajo es hacer que la información esté disponible. Cuando haya discusión, evita las líneas de contención, siempre busca un terreno común. Pregúntale a la gente lo que ellos quieren en una sociedad futura y aprende a responderles en lo que respecta a la capacidad de funcionamiento de una RBE".

Por Sonny Roberts

"Utiliza cualquier impulso y actividad que tu capítulo obtenga, tanto como sea posible.

Asegúrate de comunicar y amplificar el hecho de que este es un movimiento sin líderes, y que de entrada, todas las personas son iguales.

Trata de incluir y alentar a tantos miembros como te sea posible en todas las actividades. Sin hacer esta jerarquía y dependencia se estancará el capítulo.

Más importante, trata de poner énfasis en la difusión de la "metodología" en la que el Movimiento se basa (el funcionamiento del método científico). Sin esta masiva comprensión, todas las personas en el mundo no harán ninguna diferencia."

Por Dean Kearns

Consejos en DVDs

Introducción

Los DVDs de una capa son relativamente baratos, y los precios continúan bajando. Más que cualquier otra organización que haya en esta época fugaz del DVD, ya sea intencionalmente o no, el Movimiento ha capitalizado mediante el establecimiento de la entrega gratuita de DVDs, de hecho, como la básica estrategia de sensibilización en la mayoría de los capítulos locales a nivel mundial. Cuando te paras a pensar en la densidad total de la información en un DVD, es decir, uno de los reconocidos documentales del Movimiento, combinado con la durabilidad del DVD, la ubicuidad, su tamaño compacto y precio barato, realmente representa una de las herramientas promocionales más poderosos a nuestra disposición! Nadie más lo hace!

Cantidad

La cantidad de DVDs que tenemos disponibles para entregar en eventos varía de acuerdo al tamaño del evento, su duración, y el tráfico en tu stand. Sin embargo, ten en cuenta que en grandes eventos, cientos de DVDs pueden ser entregados en un instante. En el Festival de la Paz de Chicago en 2011, por ejemplo, la pila completa de 700 DVDs se entregó en un solo sábado, y faltando varias horas para que terminara el evento esa noche! Por lo tanto, para los grandes eventos, puede que no sea raro planear, digamos 1.000 DVDs a entregar por evento/día, o, 2.000 para un evento de todo un fin de semana.

Tipo de DVD

Cada uno de los primeros dos documentales de Peter Joseph ("Zeitgeist" y "Addendum") pueden caber, sin comprimir, en DVDs una sola capa (4.7 GB). Dos documentales juntos, o tal vez un documental y una serie de conferencias, se pueden requerir compresión, afectando la calidad del vídeo, aunque en situaciones normales de visualización en el PC o incluso un monitor más grande en casa, esto parece casi imperceptible. DVDs de doble capa (9 GB) tienen casi el doble de la capacidad de los estándar, de una sola capa y técnicamente se deben utilizar para la tercera película "Zeitgeist: Moving Forward". Dicho esto, una vez más, los DVDs de capa simple parecen funcionar, se ve bien y son mucho más baratos.

Procurement & Process

Normalmente compras los DVDs en blanco a granel, los grabas tu mismo (uno a uno a menos que logres un multi-quemador o crees un proyecto de equipo), los etiquetes y metas en sobres baratos de papel para DVDs. Puedes incluso tener un poco de diversión con estas dos últimas tareas, volviéndolo una "fiesta de empaquetado de DVDs" e invitando a otros miembros más. Sin embargo, los DVDs siguen siendo más caros que, por ejemplo, tarjetas de presentación o folletos. Si los DVDs son relativamente valiosos en este sentido, debido a un presupuesto ajustado, no hay problema: simplemente resérvalos para las personas que muestren sólo un serio interés.

Contenido

La siguiente pregunta es ¿qué exactamente grabar en el DVD? Suponiendo por simplicidad que deseas un documental, la pregunta sigue siendo: ¿cuál? Bueno, el último, "Zeitgeist: Moving Forward" es el obvio a elegir (digamos, hasta que Z4, titulado "Beyond the Pale" se lance a finales de 2012. Sin embargo, puede haber otro candidato igualmente válido aquí, que es "Zeitgeist: Addendum" Piensa en ello (con el mundo continuando su lenta marcha mortuoria al inevitable colapso financiero mundial, más y más personas tendrán una cosa en sus mentes, DINERO. Un tutorial excelente y detallado sobre el sistema monetario (al tiempo que expone su naturaleza fraudulenta), es exactamente donde "Zeitgeist Addendum" comienza! Que gancho! Puedes aclararle al destinatario del DVD que hay otros documentales y así, les dejas la inquietud de buscar otros documentales por su propia cuenta.

Al final, la elección del contenido de los DVDs es personal, así que escoge lo que sientas que te sea más cómodo. Puedes incluso tener una pequeña selección, si tiene los medios para hacerlo.

Descarga

Ahora que has elegido tu documental, el siguiente paso es descargarlo o copiarlo de alguna parte a tu DVD en blanco. Ahora, puedes copiar archivos, JPGs o cualquier otro contenido que desees a DVD, y se convierte en un DVD de datos. Sin embargo, por lo general si quieres crear un DVD del documental, lo que se necesita es una imagen sin modificar, por ejemplo una versión ISO llamada así por su extensión .iso. Si tienes (o puedes obtener) un DVD ya existente del documental, sólo tienes que extraer una copia de su imagen ISO en tu disco duro. De lo contrario, este archivo suele ser descargado de un sitio en línea (http://www.zeitgeistmovie.com/), listado en un sitio web del MZ, o alternativamente, a través de un servicio para compartir archivos como BitTorrent. Cuando son lanzados, como el estreno global de Zeitgeist: Moving Forward en 2011, los enlaces son proporcionados directamente por Peter. Pero independientemente de cómo lo consigas, de nuevo, el archivo ISO es lo que necesitas y es lejos, la forma más sencilla de proceder. Asegúrate de seleccionar el formato de TV adecuado para tu región: NTSC (para la mayor parte de las Américas y Canadá) o PAL (para Europa y otros lugares).

¿Cuanto tiempo tomará?

Suponiendo el gran tamaño del video "Zeitgeist: Moving Forward", por ejemplo, el archivo ISO es de aproximadamente 6.9GB (gigabytes). Vamos a redondear en 7GB y utilizar la siguiente tabla:

Si la velocidad de tu red está cerca de: Mueve: Tu descarga se llevará:

278KB/sec (~2.8mb/s) 1 GB/hora ~7 horas
139KB/sec (~1.4mb/s) ½ GB/hora ~14 horas
70KB/sec (~700kb/s) ¼ GB/hora ~28 horas
35KB/sec (~350kb/s) ⅛ GB/hora ~56 horas

... etc.

Si el tiempo estimado de descarga es prohibitivo para ti o no te quieres molestar, considera el obtener una copia maestra de la película por otra vía: a través de un amigo, ordénala a través de la página webzeitgeistmovie.com, u otros medios. Como alternativa, trata de encontrar una conexión más rápida.

Quemar o no quemar

Ahora que ya tienes la imagen ISO del documental que elegiste, normalmente se procede a la tarea de grabarlo (abajo). Sin embargo, podría darse el caso de no poder, o elegir no hacerlo. Por ejemplo, la unidad de DVD de tu PC o portátil no funciona. O quizá necesitas mostrar el documental hoy, en un evento, y no tienes un DVD en blanco o el tiempo para comprar uno y quemar una copia. ¿Qué hacer? Bueno, en un apuro,

puedes utilizar un programa que emule un DVD, como MagicDisc aquí: http://www.magiciso.com/tutorials/miso-magicdisc-overview.htm

Monta el archivo ISO como una unidad virtual MagicDisc y tratar de reproducirlo con el software del reproductor en el PC. Si tienes éxito, puedes mostrar el documental en tu evento con esta configuración, sin un DVD físico. Dicho esto, ésta suele ser la excepción a la regla de tener varios DVDs reales para repartir.

Comprimir o no comprimir

Como mencionamos anteriormente, aunque los dos primeros documentales ("Zeitgeist" y "Addendum") y también las diferentes conferencias son más pequeñas en tamaño y pueden caber fácilmente en un DVD de una sola capa, la imagen ISO del más reciente "Zeitgeist Moving Forward" supera la capacidad de un DVD de una sola capa de 4,7 GB, y debe ser comprimido para encajar utilizando una técnica llamada compresión. En este caso, descarga y ejecuta la herramienta DVDShrink:

http://www.afterdawn.com/software/general/download_splash.cfm/dvd_shrink

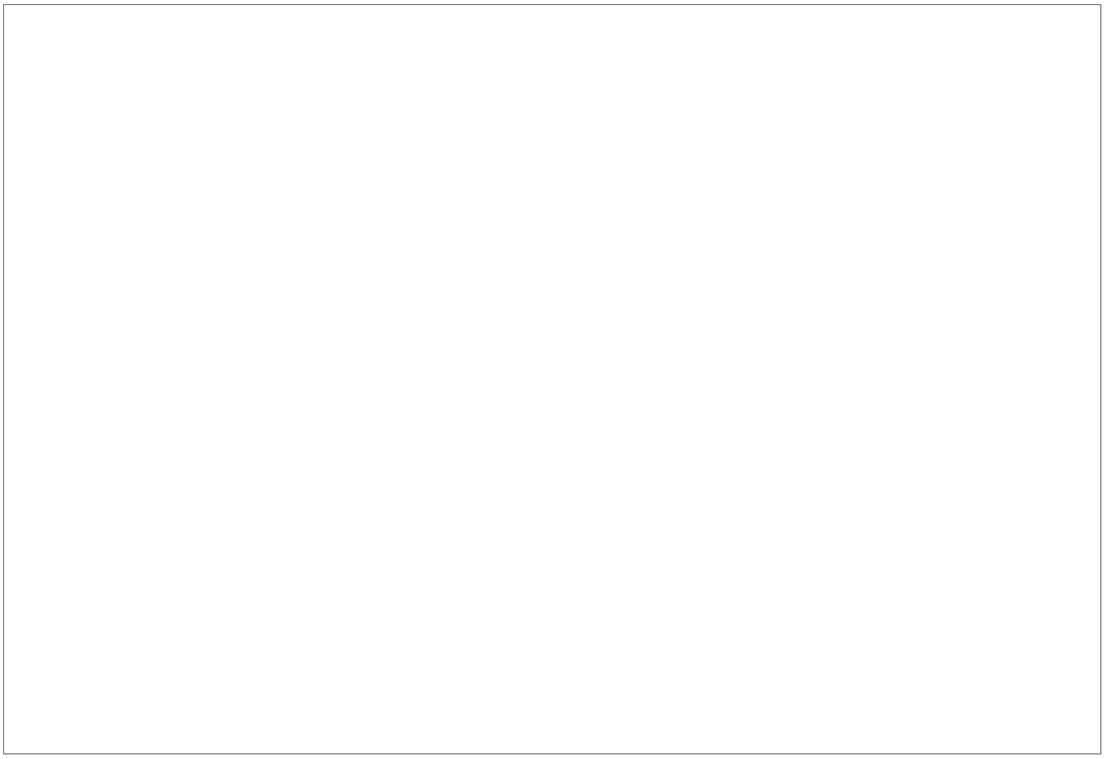
Los pasos generales después de descomprimir e instalar son:

1. Selecciona Archivo> Abrir Imagen de Disco> y selecciona tu archivo ISO
2. Has clic en el botón 'Backup'
3. Seleccione la unidad con el disco DVD en blanco
4. Has clic en OK y comienza el proceso de codificación. Puede ser que tome 3-5 minutos. A continuación, grabará el archivo nuevo en el DVD y debería funcionar exactamente igual que un DVD normal.

Eso es todo. Pruébalo en tu reproductor. Si está bien, guardar el archivo comprimido y así, te puedes saltar este paso la próxima vez.

Quemando

Suponiendo que estás listo con el archivo ISO, pero eres nuevo en la grabación de DVDs, no te preocupes, es fácil. La herramienta gratuita es ImgBurn, disponible en imgburn.com, y es ridículamente fácil de usar. Su intuitiva pantalla principal se muestra a continuación:



Como puedes ver, tiene varios 'modos', cada uno para realizar una tarea diferente. Los más útiles de estos son:

- •Crear - Leer de un disco a un archivo de imagen (para la copia de un DVD maestro)
- •Crear una imagen a partir los archivos en tu computador o red (o escribirlos directamente en un disco)
- •Grabar - Grabar una imagen en un disco < < Este es el botón principal (arriba izquierda)
- •Verificar - Comprobar que un disco es 100% legible. Si lo deseas, también puedes hacer que ImgBurn lo compare con un determinado archivo de imagen, para asegurar que los datos están bien.

Una vez que hagas clic en el botón Crear, aparece una pantalla de configuración donde podrás seleccionar el archivo de origen, tu unidad de destino, cantidad, y la opción de verificar o no. A continuación, has clic en el icono de grabación y espera.

La grabación terminó con éxito. ¿Y ahora qué?

Simple: reproduce el DVD, de preferencia en un reproductor regular, de comienzo a fin, como una última prueba para asegurarte de que tienes un DVD limpio, sin saltos ni interrupciones. Si encuentras un solo salto, considera repetir la grabación, verlo completo de nuevo en su totalidad, hasta que obtengas una copia de oro. Una vez que hayas logrado esto, puedes confiar en tu imagen ISO de "oro" para la copia masiva.

Problemas Comunes

- ¿Qué pasa si me da un error cuando recién inicia la grabación?

Es una indicación de que algo no es compatible. Por ejemplo, algunas unidades pueden leer un formato determinado (por ejemplo de doble capa o Blu-ray), pero no escribirlos. Comprueba las especificaciones de la unidad.

- ¿Qué pasa si me sale un error en mitad de la grabación? ¿Estoy haciendo algo mal?

No. No todos los DVD en blanco son perfectos y a veces se necesita un nuevo intento con otro nuevo en blanco. Sé paciente.

- ¿Qué pasa si continúo recibiendo errores de escritura con varios nuevos?

Trata de ajustar la velocidad de grabación más lenta. Normalmente, el ajuste automático será suficiente, pero no siempre.

- What if I get a clean burn & Verify but the movie won’t load and/or play properly?

Puedes tener una imagen ISO corrupta. Comprueba los 'checksums' en el ISO, verifica los 'checksums' publicados contra tu copia mediante una herramienta de comprobación de 'checksums' MD5 (por ejemplo, en www.fastsum.com). Si no concuerdan, tendrás que descargar (o copiar) el archivo ISO de nuevo.

- ¿Qué pasa si no importa lo que haga, no puedo conseguir terminar la grabación?

A corto plazo, considera sólo la reproducción del archivo ISO utilizando el software MagicDisc o un equivalente directo desde tu PC, conectando la salida de vídeo, a la entrada de video del proyector, en tu evento. A largo plazo: tienes que hacer revisar tu PC por un técnico.